



**Frederico Braida Rodrigues de Paula**

**A linguagem híbrida do design  
um estudo sobre as manifestações contemporâneas**

**Tese de Doutorado**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio.

Orientadora: Profa. Dra. Vera Lúcia M. dos Santos Nojima  
Co-orientadora: Profa. Dra. Mônica Moura

Rio de Janeiro  
Abril de 2012



**Frederico Braida Rodrigues de Paula**

**A linguagem híbrida do design:  
um estudo sobre as manifestações contemporâneas**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design do Centro de Teologia e de Ciências Humanas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Profa. Vera Lucia Moreira dos Santos Nojima**

Orientador

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Profa. Mônica Moura**

Co-orientador

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP

**Profa. Lucy Carlinda da Rocha de Niemeyer**

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Profa. Denise Berruezo Portinari**

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Prof. Luiz Carlos do Carmo Motta**

Instituto Nacional de Tecnologia - INT

**Prof. Carlos Roberto Zibel Costa**

Universidade de São Paulo - USP

**Profa. Dra. Denise Berruezo Portinari**

Coordenadora Setorial do Centro de Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 12 de Abril de 2012.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

**Frederico Braida Rodrigues de Paula**

frederico.braida@ufjf.edu.br

Técnico em Edificações e em Informática (Colégio Técnico Universitário da Universidade Federal de Juiz de Fora – CTU/UFJF). Graduado em Arquitetura e Urbanismo (Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF) em 2005. Mestre em Design (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio), em 2007. Mestre em Urbanismo (Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ), em 2008. Professor Assistente do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (desde 2010).

Ficha Catalográfica

Paula, Frederico Braida Rodrigues de

A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas / Frederico Braida Rodrigues de Paula; orientadora: Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima; coorientadora: Mônica Moura – 2012.

297 f. : il.; 30 cm.

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2012.

Inclui bibliografia

1. Artes e design – Teses. 2. Design. 3. Linguagem. 4. Hibridismo. 5. Comunicação. 6. Semiótica. I. Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos. II. Moura, Mônica. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes & Design. IV. Título.

CDD: 700

Para Nilza, Pamella e Wesley, pessoas que amo.  
E para meus afilhados: Bárbara, Pedro, Léo e Igor.

## Agradecimentos

A Deus, por iluminar meu caminho.

À minha orientadora, Profa. Dra. Vera Nojima, pelas preciosas considerações e ensinamentos; pela receptividade, pelo carinho, e pelas palavras de encorajamento; por estar, ao longo desses últimos seis anos de convivência e pesquisa, sempre disponível, independentemente do dia, horário, local ou meio de comunicação. À Profa. Dra. Mônica Moura, pela coorientação e especial acolhida em um dos momentos mais difíceis da pesquisa.

Aos professores Jackeline Farbiarz, Lucy Niemeyer, Priscilla de Paula e Luiz Carlos Motta, por terem se envolvido com a pesquisa no período da qualificação e por apontarem possibilidades para os encaminhamentos futuros.

Aos professores que, gentilmente, aceitaram compor a banca de defesa desta tese. À Profa. Dra. Lucy Niemeyer, que, desde a época da minha pesquisa de mestrado, acompanha meus trabalhos. À Profa. Dra. Denise Portinari, que, por diversas vezes, na condição de coordenadora do PPGD/PUC-Rio, recebeu-me prontamente em seu gabinete; também por ter despertado em mim o interesse pela epistemologia do design. Ao Dr. Luiz Carlos Motta, com quem tive a oportunidade de estar junto, compartilhando discussões no âmbito do Laboratório de Comunicação no Design – LabCom Design/PUC-Rio. Ao Prof. Dr. Carlos Zibel, por seu inspirador trabalho sobre a introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura. Aos professores Dr. Luiz Antonio Coelho e Dr. Licínio de Almeida Junior, membros suplentes e também pesquisadores do LabCom Design/PUC-Rio, com os quais também partilhei questões aqui tratadas.

À Profa. Dra. Anamaria de Moraes (in memoriam), em nome de todos os professores da PUC-Rio, especialmente aos do Departamento de Artes & Design, pelo incessante incentivo à pesquisa. A Romário Cesar de Souza e

Silva, secretário da Pós-Graduação em Design, na condição de representante de todos os funcionários desta Instituição, pelo cuidado primoroso com os alunos.

Aos amigos pesquisadores do Núcleo de Estudos Design – Linguagens – Transversalidade, do LabCom/ PUC-Rio, pelas valiosas considerações. Em especial a Isabela Mattos, por compartilhar comigo, momentos da experiência metodológica relatada nesta tese.

Aos alunos da turma do segundo semestre de 2011 da disciplina *Teorias e enfoques críticos da comunicação no design*, do curso de graduação em design – comunicação visual / PUC-Rio, oferecida pela profa. Dra. Vera Nojima: Ana Melo, Bernardo Lamgruber, Iury Reis de Menezes, Luan Moraes, Carolina Paredes, Marina Ribeiro, Deborah Isnard, Marcel Félix, Gustavo Rodrigues, Mathews Berçot, Fernanda Carvalho da Silva, Josilene da Silva Machado, Felipe Laboriau, Rafael Lepritiê, Pedro Burger, Gabriel Secchin, Mayane Dore, Priscilla Antón, Bruna Fernandes, Eduardo Franco, Dávila Pontes, Leticia Moraes, Gustavo Chitarra, Yasmin Yussef, Nathalia Francis e Raphaela Furtado, por participarem da experiência metodológica, enriquecendo as discussões travadas na pesquisa.

À CAPES e à PUC-Rio, pelo financiamento da pesquisa.

Aos meus queridos familiares, pelo incentivo. À minha mãe, Nilza Maria Braid de Paula, pelo amor, pelos sacrifícios e pela dedicação à minha formação. Além disso, por saber suportar a distância e encorajar-me nos estudos. Ao meu pai, Altair Rodrigues de Paula, pelo amor. À minha irmã, Pamella Cristina Braid de Paula Barboza, pelo amor e cuidado com a minha formação. A Wesley Porfírio Borel, pelo companheirismo que se estende desde os momentos mais difíceis da pesquisa até aqueles mais prazerosos.

Ao meu amigo Roberto Perobelli, pela primorosa e profissional revisão ortográfica.

Finalmente, a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a realização da pesquisa.

## Resumo

Paula, Frederico Braidia Rodrigues de; Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos (Orientadora). **A linguagem híbrida do design**: um estudo sobre as manifestações contemporâneas. Rio de Janeiro, 2012. 297f. Tese de Doutorado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta tese aborda o tema da linguagem híbrida do design. É o resultado de uma pesquisa motivada pela investigação da lógica que preside as formações híbridas no campo do design. Com o objetivo de evidenciar os substratos semióticos dos processos de hibridização presentes nos produtos (no sentido lato), o trabalho partiu de uma visão contemporânea para afirmar que, ontologicamente, o hibridismo está presente na linguagem do design. A postura adotada reconhece o design a partir de suas relações transversais com as ciências das linguagens, portanto, os aportes teóricos da pesquisa estão no próprio campo, bem como na semiótica e na comunicação. Ao final, com a explicitação da tipologia da linguagem híbrida do design, um instrumento tanto para leitura e análise quanto para a projeção de produtos híbridos, ratifica-se a hipótese da pesquisa e conclui-se que toda a profusão diferenciada de hibridismos no design se dá no âmbito das dimensões semióticas dos produtos. Produtos esses, que não são senão frutos de misturas e combinações que se reduzem a três tipos principais: hibridismo sintático, hibridismo semântico e hibridismo pragmático.

## Palavras-chave

Design; Linguagem; Hibridismo; Comunicação; Semiótica.

## Abstract

Paula, Frederico Braida Rodrigues de; Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos (Advisor). **Design hybrid language**: a study about contemporary expressions. Rio de Janeiro, 2012. 297p. Doctoral Thesis – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This thesis deals with design hybrid language. It is the result of a research concerning logical investigation regarding issues upon hybrid formations in the design field. In order to show the semiotics layers in products' hybridization processes (in a broad sense), this work begins laying a contemporary perception to ontologically affirm that hybridism is presented in design language. The methodology regards design from its transverse relationships with language science; in this way, the research's theoretical attributes are in its field as in semiotics and in communications. At the end of this study, as design hybrid language categories are explicitly shown, a tool for reading, analysis and hybrid products' projections confirms the research hypotheses and concludes that all differentiated profusion in design hybridism is laid in the products semiotics dimensions. These products are the result of mixture and combinations which main types should be enhanced and called as: syntax hybridism, semantics hybridism and pragmatics hybridism.

## Keywords

Design; Language; Hybridism; Communications; Semiotics.

## Résumé

Paula, Frederico Braida Rodrigues de. Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos (Conseiler). **Le langage hybride du design**: une étude des manifestations contemporaines. Rio de Janeiro, 2012. 297f. Thèse de doctorat – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Cette thèse aborde la question du langage hybride du design (concept). Elle est le résultat d'une recherche motivée par l'enquête de la logique derrière les formations hybrides dans le domaine du design. Afin de mettre en évidence les substrats sémiotiques des processus de l'hybridation dans le produit (dans le sens le plus large), le travail est venu à partir d'une vision contemporaine de dire que, ontologiquement, l'hybridité est présent dans le langage du design. L'approche adoptée reconnaît le design à partir de ses articulations avec les sciences du langage, par conséquent, les soutiens théoriques de la recherche sont dans leus propre domaine, ainsi que dans la sémiotique et la communication. A la fin, avec l'explication de la typologie du langage hybride du design, un outil à la fois pour la lecture et l'analyse et pour la projection de produits hybrides, on peut confirmer l'hypothèse de la recherche et conclure que la multitude de différentes hybridismes se produire dans les dimensions sémiotiques des produits. Ces produits, qui sont des résultats des mélanges et des combinaisons, sont résumés en trois types principaux: hybridité syntaxique, hybridité sémantique et hybridité pragmatique.

## Mots-clefs

Design; Language; Hybridité; Communication; Sémiotique.

## Resumen

Paula, Frederico Braida Rodrigues de; Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos (Tutor). **El lenguaje híbrido del diseño**: un estudio sobre las manifestaciones contemporáneas. Rio de Janeiro, 2012. 297f. Tesis de Doctorado - Departamento de Artes & Design, Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta tesis aborda el tema del lenguaje híbrido del diseño. Es el resultado de una investigación motivada por la averiguación de la lógica que preside las formaciones híbridas en el campo del diseño. Con el objetivo de evidenciar los substratos semióticos de los procesos de hibridización presentes en los productos (en sentido lato), el trabajo partió de una visión contemporánea para afirmar que, ontológicamente, el hibridismo está presente en el lenguaje del diseño. La postura adoptada reconoce el diseño a partir de sus relaciones transversales con las ciencias de los lenguajes, por lo tanto, los aportes teóricos de la investigación están en el propio campo, bien como en la semiótica y en la comunicación. Al final, con la explicitación de la tipología del lenguaje híbrido del diseño, un instrumento tanto para lectura y análisis como para el diseño de productos híbridos, se ratifica la hipótesis de la investigación y se concluye que toda la profusión diferenciada de hibridismos en el diseño se da en el ámbito de las dimensiones semióticas de los productos. Productos estos, que son si no frutos de mezclas y combinaciones que se reducen a tres tipos principales: hibridismo sintáctico, hibridismo semántico e hibridismo pragmático.

## Palabras clave

Diseño; Lenguaje; Hibridismo; Comunicación; Semiótica

# Sumário

<b>1 . Apresentação</b>	<b>20</b>
<b>2 . Primeiras palavras</b>	<b>21</b>
2.1. Percurso metodológico	27
2.2. Sobre a abordagem transversal, uma abordagem híbrida: design, linguagem, comunicação e semiótica	38
2.3. Estrutura da tese	41
<b>3 . Design é um fenômeno de linguagem</b>	<b>43</b>
3.1. Sobre a linguagem	45
3.2. Design como fenômeno de linguagem	51
3.3. A linguagem do design	56
3.4. Quatro pressupostos do design como linguagem	60
3.4.1. Design é pensamento	61
3.4.2. O Design é uma forma simbólica	63
3.4.3. Design é ideologia	65
3.4.4. Design é visão de mundo	67
<b>4 . O híbrido na contemporaneidade</b>	<b>69</b>
4.1. Sobre o híbrido	71
4.1.1. Origens do termo	72
4.1.2. Da biologia aos demais campos: conceitos múltiplos	73
4.1.3. Hibridismo como mistura, heterogeneidade e multiplicidade	75
4.1.4. Os tipos de hibridismos	77
4.2. O <i>híbrido</i> a partir de uma perspectiva temporal	81
4.2.1. Do moderno ao pós-moderno	81
4.2.2. Híbrido: um conceito contemporâneo	84
4.3. Linguagens híbridas: nas culturas, nas comunicações, nas artes e no design	87
4.3.1. Hibridismo cultural	93
4.3.2. Hibridismo nas comunicações	96
4.3.3. Hibridismo nas artes	99

4.3.4. Hibridismo no design	103
4.4. Limites do <i>híbrido</i> e suas delimitações no âmbito desta tese	108
<b>5 . Aportes teóricos para o estudo da linguagem híbrida do design</b>	<b>110</b>
5.1. A tríade do design: forma, significado e função	111
5.1.1. Forma	117
5.1.2. Significado	120
5.1.3. Função	124
5.1.4. A interdependência entre forma, significado e função	126
5.2. As dimensões semióticas da linguagem (do design)	128
5.2.1. As dimensões semióticas da linguagem	130
5.2.1.1. Sintática	133
5.2.1.2. Semântica	134
5.2.1.3. Pragmática	135
5.2.1.4. A interdependência entre sintática, semântica e pragmática	137
5.2.2. As dimensões semióticas do design	139
5.2.2.1. Dimensão sintática	141
5.2.2.2. Dimensão semântica	143
5.2.2.3. Dimensão pragmática	144
5.2.2.4. Interdependências entre as dimensões semióticas do design	144
5.3. As funções dos produtos do design	145
5.3.1. Função estética	148
5.3.2. Função simbólica	149
5.3.3. Função prática	150
5.3.4. Predominância e interdependência entre as funções	151
<b>6 . Tipologia da linguagem híbrida do design</b>	<b>154</b>
6.1. Hibridismo sintático	156
6.1.1. Hibridismo dos códigos	157
6.1.2. Hibridismo dos canais	162
6.1.3. Hibridismo dos materiais	164
6.1.4. Hibridismo das técnicas ou tecnologias	169
6.2. Hibridismo semântico	173
6.2.1. Hibridismo dos arquétipos	173
6.2.2. Hibridismo dos contextos	175

6.3. Hibridismo pragmático	180
6.3.1. Hibridismo dos usos	180
6.3.2. Hibridismo das funções da linguagem	182
6.3.3. Hibridismo das funções práticas	187
6.3.4. Hibridismo total	190
<b>7 . Manifestações híbridas no design contemporâneo: três leituras</b>	<b>192</b>
7.1. Percurso para a leitura e análise da linguagem híbrida do design	194
7.2. A cidade digital, o design de hipermídia e o hibridismo sintático	197
7.3. O espremedor de limão de Philippe Starck e o hibridismo semântico	205
7.4. iPhone, iPad e o hibridismo pragmático	220
<b>8 . A linguagem híbrida do design</b>	<b>230</b>
8.1. Sobre a tipologia da linguagem híbrida do design	231
8.1.1. Fundamentos e aplicações	231
8.1.2. As bases lógicas da tipologia da linguagem híbrida do design	233
8.2. A latência do hibridismo e os deslizamentos na forma, no significado e na função	240
8.3. Design híbrido para uma sociedade contemporânea e complexa	245
<b>9 . Considerações finais</b>	<b>248</b>
9.1. Principais considerações	249
9.2. Alcances e projeções	251
<b>10 . Referências</b>	<b>253</b>
<b>11 . Apêndice: Hibridismos no âmbito da prática projetual</b>	<b>270</b>
11.1. A estrutura da disciplina	271
11.2. Atividades de encerramento dos módulos	273
11.2.1. Entrevistas sobre o hibridismo no design	274
11.2.2. Embalagens híbridas, um exercício projetual:	281
11.3. Os hibridismos na embalagem da esponja de aço Soul Power	285
11.4. Referências	290
<b>12 . Anexo: Percurso para leitura e análise da semiose e suas limitações</b>	<b>291</b>
12.1. Três passos para a leitura e análise semiótica	291
12.1.1. Abrir as portas do espírito e olhar para os fenômenos:	

contemplar, discriminar e generalizar	292
12.1.2. Explorar os poderes sugestivos, indicativos e representativos dos signos	293
12.1.3. Acompanhar os níveis interpretativos do signo	294
12.2. Limitações do método	295
12.3. Referências	296

## Lista de figuras

Figura 1 – Produtos híbridos.	26
Figura 2 – Etapas e operações metodológicas.	32
Figura 3 – Relações entre as operações metodológicas.	33
Figura 4 – Relações entre as operações metodológicas aplicadas ao estudo das linguagens híbridas do design contemporâneo.	34
Figura 5 – Eixos de significação dos produtos, a partir de Escorel (2000) e Saussure (1969).	58
Figura 6 – Movimentos de adaptação entre a vida e o entorno.	68
Figura 7 – Seres fabulosos (híbridos).	73
Figura 8 – As duas figuras utilizadas por Madeira (2010) para interpretar os dois tipos de processos de formação dos híbridos apresentados por Bakhtin (1988).	79
Figura 9 – Raciocínio de Machado (2008) sobre as diferenças entre os pensamentos da divergência e da convergência.	92
Figura 10 – Colagens como mote da produção artística contemporânea.	101
Figura 11 – Híbridismos no design gráfico.	106
Figura 12 - Dados relativos ao produto.	112
Figura 13 – Diagrama sintético do signo.	113
Figura 14 – Relações da forma, do significado e da função do design com o representâmen, o objeto e o interpretante do signo.	115
Figura 15 – O signo como uma ocorrência global.	115
Figura 16 – Canivetes para senhoras e para homens. <i>Montgomery Ward</i> , 1895.	122
Figura 17 – As dimensões semióticas propostas por Morris.	130
Figura 18 – Esquema das dimensões semióticas, segundo Mihai Nadin.	139
Figura 19 – As dimensões semióticas do design.	141
Figura 20 – Anatomia de uma bicicleta, por B. Le Saunier.	142
Figura 21 – Tipologia das funções dos produtos.	147
Figura 22 – Classificações das funções de um produto.	148
Figura 23 – As funções principais de três cadeiras.	152
Figura 24 – Imagem do cartão. Capa (e detalhe) do livro <i>Pernambuco preservado</i> .	159

Figura 25 – Uso do verniz-perfume de chocolate em catálogo.	160
Figura 26 – Produtos que trazem em si o hibridismo dos códigos.	160
Figura 27 – Cartazes da campanha <i>Toda imagem tem um som</i> .	161
Figura 28 – Projetos experimentais em design de hipermídia. Trabalhos de conclusão de curso em Design de Hipermídia. Orientadora: Mônica Moura.	163
Figura 29 – Produtos concebidos a partir do hibridismo dos materiais.	169
Figura 30 – Hibridismo das técnicas ou tecnologias no design gráfico (digital).	172
Figura 31 – Produtos do hibridismo dos arquétipos	174
Figura 32 – Objetos ( <i>ready mades</i> ) portadores do hibridismo dos contextos.	177
Figura 33 – Assentos híbridos.	178
Figura 34 – Objetos portadores do hibridismo dos contextos	179
Figura 35 – Embalagens híbridas.	182
Figura 36 – Produtos com hibridismo das funções de linguagem.	184
Figura 37 – Aparelhos de rádio e seus disfarces.	186
Figura 38 – Produtos multifuncionais.	188
Figura 39 – Relógio e caneta multifuncionais.	189
Figura 40 – Aparelhos televisores híbridos.	190
Figura 41 – Sistema A-POC e a capa da cadeira Ripples se transformam em calça e blusa.	191
Figura 42 – Capa de chuva híbrida. Moreno Ferrari. CP Company. 2001.	191
Figura 43 – A lógica interna das relações do signo.	195
Figura 44 – Homepage do site My City.	199
Figura 45 – A cidade do Rio de Janeiro no projeto MyCity. André Vallias.	201
Figura 46 – Homepage do Rio de Janeiro digital.	202
Figura 47 – Páginas acessadas através da opção “Utopia”.	203
Figura 48 – Janelas dos links “Entropophagy” e “The golden mean”.	203
Figura 49 – Janelas do link “Riverrun”.	204
Figura 50 – Espremedor de limão <i>Juicy Salif</i> , de Philippe Starck. Alessi, 1990.	211
Figura 51 – Primeiros esboços do <i>Juicy Salif</i> , de Philippe Starck.	214
Figura 52 – Duas versões do espremedor de limão <i>Juicy Salif</i> , de Philippe Starck. Alessi, 1997.	217
Figura 53 – Página do <i>Juicy Salif</i> , Alessi.	219
Figura 54 – Computadores de cores cítricas produzidos pela Apple Inc.	223
Figura 55 – Evolução da marca da Apple Inc.	224
Figura 56 – Interfaces gráficas do iPhone e iPad.	225

Figura 57 – Esquema das relações entre os tipos de hibridismos e os elementos da tríade do design	225
Figura 58 – Tipologia da linguagem híbrida do design	236
Figura 59 – Diagrama da tipologia das linguagens híbridadas do design.	238
Figura 60 – Clipe de papel: um produto híbrido.	243

## Lista de quadros

Quadro 1 – Tipos de hibridismos segundo diferentes enfoques.	80
Quadro 2 – Diferenças entre o Modernismo e o Pós-modernismo.	83
Quadro 3 – Correlação entre as dimensões da linguagem, os elementos do design e as funções dos produtos.	147
Quadro 4 – Quadro das correlações entre as matrizes constitutivas da linguagem híbrida do design.	234

*(...) ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem: porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós. Ou ainda: ser pontual num compromisso ao qual se pode apenas faltar*

(AGAMBEN, 2009, p.65).

## 1. Apresentação

Esta tese é o relatório de uma investigação iniciada, oficialmente, em março de 2008, que se estendeu por quatro anos. Porém, as questões aqui tratadas têm suas raízes fincadas em terras mais profundas, pois decorrem de reflexões que são frutos das sementes plantadas ao longo da pesquisa de mestrado, também sob a orientação da Profa. Dra. Vera Lúcia Nojima.

Diante da investigação concluída e formatada para a apreciação da comunidade científica, dominado racional e emocionalmente pelo teor das reflexões trazidas à baila, percebo que a figura que mais se aproxima do desenho traçado pelo percurso da pesquisa é a de um rizoma, termo retirado do reduto da biologia, assim como o híbrido.

O rizoma é antigenealógico, assim como foi a pesquisa.

Embora alicerçado por um projeto lógico (semiótico), deixei-me, por vezes, enveredar pelos caminhos fenomenológicos que foram se hibridizando ao longo desses últimos anos. E foi em uma das despreziosas pesquisas que me deparei com o trabalho do artista plástico Graham Caldwell, que faz do vidro sua principal matéria-prima. Vejo em suas obras a representação do tempo presente: estruturas rizomáticas, fractais, acentradas, múltiplas e complexas, as quais funcionaram, para mim, como lentes para mirar o design contemporâneo.

Portanto, esta tese se trata de um relato das minhas miradas, já hibridizadas com as de outros; miradas refratadas e refletidas, parciais e seletivas, que, assim como os signos, somente parte da realidade conseguem representar.

## 2. Primeiras palavras



*A plena posse de nosso poder de fazer inferências é a última das faculdades que adquirimos, pois não se trata de um dom natural, mas de uma longa e difícil arte*

(PEIRCE, 2008, p.35).

## 2. Primeiras palavras

A partir de um ponto de vista contemporâneo, pode-se afirmar que os campos do conhecimento são interatuantes. Para o campo do design<sup>1</sup>, *interdisciplinar* por natureza, como defendem, entre outros, Couto (1997; 2006) e Coelho (2008)<sup>2</sup>; *fluido*<sup>3</sup> e *líquido*, como quer Bauman (2001); *rizomático*, como querem Deleuze e Guattari (2007); *transdisciplinar*, conforme defendido por Bomfim (1997) e apresentado por Moura (2003); ou *transversal*, segundo o enfoque de Nojima (2008b), contribuem, no âmbito das ciências sociais e humanas, as ciências da linguagem e, além de outros campos, o da semiótica e o da comunicação<sup>4</sup>. É sob a perspectiva desses estudos que o design foi focado na pesquisa aqui relatada e que se propõe, à luz dos respectivos preceitos e princípios, um caminho para a investigação das manifestações híbridas no design contemporâneo.

Vale assinalar que a ênfase na transversalidade, como fundamento de uma práxis, é própria da abordagem da linha de pesquisa à qual se filia esta tese: *Design: Comunicação, Cultura e Artes*, do Programa de Pós-Graduação em Design, do Departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. A pesquisa, iniciada em 2008,

---

<sup>1</sup> Uma vez que, segundo o novo *Acordo ortográfico da língua portuguesa*, é possível o emprego tanto de iniciais maiúsculas quanto minúsculas em nomes que designam domínios do saber, cursos e disciplinas, optou-se, nesta tese, pela grafia com iniciais minúsculas, uma vez que esta forma se aproxima do emprego corrente. No entanto, em citações, preservou-se a grafia original.

<sup>2</sup> De acordo com Couto (1997, p. 49), a chamada “vocação interdisciplinar do Design” é evidenciada por aqueles que, “em alguma medida, entendem esta área como propícia ao trabalho conjunto com outras áreas de conhecimento”. Também, para 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”. Mais recentemente, o design tem sido abordado a partir da transversalidade. É sob este olhar transversal que se compreende o design nesta tese.

<sup>3</sup> Também, de acordo com Almeida Junior e Nojima (2010, p.14), “a ação do Design é fluida. Permeia e ‘costura’ as mais variadas áreas, atividades e disciplinas. Daí, a tentativa de determinar a esse campo do conhecimento uma definição unidimensional faculta a constituição de um equívoco, já que esbarra em sua própria natureza”.

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

desenvolveu-se ao longo de quatro anos, dentro do Laboratório da Comunicação no Design (LabCom Design), e absorveu as contribuições decorrentes das discussões geradas pelo Núcleo de Estudos Design – Linguagens – Transversalidade, coordenado pela Profa. Dra. Vera Lúcia Nojima, orientadora desta tese. A postura adotada, então, reconhece o design na sua transversalidade e tem, no próprio campo, bem como nas ciências das linguagens, na semiótica e na comunicação, os aportes teóricos para a investigação da linguagem híbrida do design.

Portanto, nesta tese, o design é apresentado como um fenômeno de linguagem<sup>5</sup>, entendendo-se que a linguagem é mediadora das relações sociais e que, no contexto da comunicação humana, existe como processo de transformação. Essa abordagem vai ao encontro dos enfoques das investigações realizadas pelos pesquisadores do Laboratório da Comunicação no Design, uma vez que

[...] as pesquisas desenvolvidas tratam o design como linguagem que funciona, no processo de comunicação como enunciador, cuja enunciação se compõe de relações ontológicas, históricas, de atributos simbólicos, materiais, técnicos, etc., e revelam um caráter dinâmico como participante da (re)construção permanente das visões de mundo (DEPARTAMENTO DE ARTES E DESIGN, [s.d.]).

De fato, não são raros os autores que têm abordado o design como fenômeno de linguagem e de comunicação. Para esses autores, seria impossível compreender o campo do design, bem como os produtos<sup>6</sup> que dele originam,

---

<sup>5</sup> Assim como Chomsky (1980, p.9) via uma das razões para estudar a linguagem o fato de ela ser “um espelho do espírito”, pode-se dizer que o estudo do design como fenômeno de linguagem encontra, em parte, sua razão no fato de se poder compreender, metaforicamente, “o espírito do design”. Deve-se considerar que *fenômeno* ou *phaneron* é, de acordo com Peirce, tudo aquilo que aparece à mente. “Sem nenhuma moldura preestabelecida, sua noção de fenômeno não se restringia a algo que podemos sentir, perceber, inferir, lembrar, ou a algo que podemos localizar na ordem espaço-temporal que o senso comum nos faz identificar como sendo o ‘mundo real’. Fenômeno é qualquer coisa que aparece à mente, seja ela meramente sonhada, imaginada, concebida, vislumbrada, alucinada... Um devaneio, um cheiro, uma ideia geral e abstrata da ciência... Enfim, qualquer coisa” (SANTAELLA, 1995, p.16).

<sup>6</sup> A palavra *produto* é empregada, no âmbito desta tese, em seu sentido lato, abarcando tudo aquilo que é produzido ou fabricado pelo homem, ou seja, tudo aquilo que resulta de qualquer processo ou atividade projetual. Neste contexto, *produto* apresenta-se como um sinônimo para *objeto*, tal como entendido por Gomes Filho (2006, p.12): “conceitua-se o significado do termo objeto, para todo e qualquer ambiente, produto de uso, produtos sistêmicos e sistemas de informação que mantém com o Homem uma efetiva relação de utilização no nível intelectual, físico ou sensorial. Os objetos passam, então, a ser considerados como meios para que o Homem possa realizar determinadas funções básicas e, por intermédio delas, usufruir benefícios práticos, operacionais, de conforto, de segurança, de informação, de lazer, lúdicos, psicológicos e outros”.

sem levar em conta a sua função comunicativa. Neste sentido, Moura (2003, p.105) afirma que “todos os autores que refletem e discutem o design concordam que este campo se estabelece como linguagem, e seus objetos/projetos, sejam produtos informacionais ou de uso, são produções de linguagem”.

Um rol bastante extenso desses autores e de seus trabalhos pode ser encontrado em Bürdek (2006)<sup>7</sup>, cujo livro *História, teoria e prática do design de produtos* apresenta o estado da arte das pesquisas que, desde a década de 1970, têm-se valido dos referenciais das ciências da linguagem, da comunicação e da semiótica, para a investigação do design. São pesquisadores que se pautam nas teorias postuladas por pensadores como Charles Sanders Peirce (1893-1914), Ferdinand de Saussure (1857-1913), Jan Mukarovsky (1891-1975), Charles William Morris (1901-1979), Max Bense (1910-1990), Jean Baudrillard (1929-2007) e Umberto Eco (1932 - ), entre outros.

Este preâmbulo se faz necessário e notório, pois é nas sendas dessas investigações, e a partir delas, que o presente trabalho se insere, especialmente por abordar o tema da *linguagem híbrida do design (na contemporaneidade)*, com o aporte das teorias comunicacionais e semióticas. Convém destacar que o próprio tema desta tese configura-se como um dos eixos temáticos da linha de pesquisa a que se vincula, qual seja: “as linguagens híbridas do design que nascem do cruzamento de signos visuais, tangíveis e auditivos, imagéticos e verbais [entre outros]” (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, 2005, p.2).

A motivação principal para o desenvolvimento da pesquisa se deu a partir da observação crítica, inicialmente empírica, da multiplicidade de produtos do design que, a cada dia, mostram-se mais polivalentes, mais dinâmicos e mais versáteis. Desde a pesquisa exploratória preliminar, percebia-se a existência de uma grande quantidade de produtos que se configuram como multiformes e a partir de múltiplas linguagens, portando, cada vez mais, múltiplos significados e, portanto, apresentando-se como multifuncionais ou multiusos. São todos produtos que, independentemente da modalidade de design a que possam pertencer, carregam características que lhes possibilitam ser chamados de “híbridos”.

---

<sup>7</sup> Pode-se dizer que uma das principais contribuições do trabalho de Bürdek (2006) está no fato de apresentar, em um único volume, um apanhado das pesquisas realizadas pelo mundo afora e tornar acessível, ainda que minimamente, uma gama variada de publicações em alemão.

Talvez o exemplo mais paradigmático desses produtos da contemporaneidade seja um *smartphone*: um objeto portátil que, do ponto de vista formal é até relativamente simples, mas que carrega consigo inúmeras funções, daí sua complexidade. O que são esses aparelhos? Telefone celular, agenda, calculadora, GPS (*global positioning system* [sistema de posicionamento global]), rádio, câmera fotográfica, um computador de mão e tudo mais que nele couber como, por exemplo, softwares<sup>8</sup> de entretenimento (jogos) ou de planilhas eletrônicas.

Mas um *smartphone* não é o único exemplo, pois os produtos dessa natureza são inúmeros. Basta lançar um olhar um pouco mais atento sobre o mundo dos produtos do design para perceber, ao redor de nós mesmos, como as misturas se mostram cada vez mais presentes nele. A própria hipermídia, a linguagem das mídias digitais, cuja composição se faz a partir da reunião potencial de sons, imagens e textos, faz com 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. 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.

---

<sup>8</sup> Nesta tese, optou-se por manter os termos técnicos do universo da informática que provêm do Inglês sem destaque (itálico), porque parte deles encontra-se dicionarizada ou já foi assimilada à nossa língua. Também as expressões ou os termos latinos não receberam nenhum destaque.



Figura 1 – Produtos híbridos.

(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](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/94249218f3fa59ab61753c6dde266d0e.jpg](http://www.melissa.com.br/uploads/produtos_has_cores/94249218f3fa59ab61753c6dde266d0e.jpg)>. Acesso em: 10 jan. 2012.

(4) iPanda. Disponível em: <<http://www.mundotecno.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.

Assim como esses exemplos, outros tantos podem ser compreendidos como manifestações híbridas no campo do design. E foram justamente essas manifestações que estiveram sob o olhar científico durante a pesquisa, que foram objetos de leituras e análises, a fim de se chegar a uma reflexão que contribua para o estudo da linguagem do design (na contemporaneidade) e, também, a abstrações e a generalizações válidas para a epistemologia e a ontologia do design.

## 2.1. Percurso metodológico

Muito se tem falado sobre os híbridos e os seus processos de constituição nos âmbitos das ciências e dos diversos campos do conhecimento, seja, por exemplo, o da biologia (lugar de origem do termo híbrido), da linguística, das artes, da antropologia, da sociologia ou dos estudos culturais. Como se pode verificar nesta tese, o híbrido se tornou uma categoria analítica da sociedade contemporânea e já se postulam, em quase todas as áreas, teorias sobre os híbridos<sup>9</sup>.

Também no campo do design, sobretudo na contemporaneidade, após o advento das novas tecnologias de informação e comunicação e da globalização, o hibridismo tem sido recorrentemente um conceito investigado, adotado como categoria conceitual ou noção inspiradora de uma práxis pautada na cooperação de saberes, na transversalidade. Diante de tais constatações, a pergunta que se colocou como um problema de pesquisa foi: *Qual é a lógica que preside as formações híbridas no campo do design?* Interessava, pois, investigar *qual é a lógica subjacente aos processos de hibridização presentes nos produtos do design*, sejam eles de quais modalidades forem.

Uma vez formulado o problema, lançou-se como uma resposta à questão colocada, ainda que provisória, a seguinte hipótese: *os hibridismos no campo do design se manifestam através da linguagem dos produtos, revelando-se por meio das formas, dos significados e das funções*<sup>10</sup>. Essa resposta, intrinsecamente, já refletia a abordagem teórica com a qual se desenvolveu a pesquisa, muito direcionada pelo eixo temático ao qual se filia. Afinal, de acordo com Santaella (2006, p.156), “como suposições de respostas para o problema proposto, as hipóteses se responsabilizam pelo direcionamento da pesquisa”.

Também decorre dessa hipótese proposta, a evidência do quadro teórico de referência da pesquisa. Todo o enfoque sobre linguagem e comunicação levado a cabo na investigação encontra-se respaldado na semiótica de Charles Sanders Peirce (1839-1914) e daqueles que seguem seus postulados, como, por exemplo, Charles William Morris (1901-1979), pensador de grande relevância

---

<sup>9</sup> Como um exemplo, ver Salgado (1999).

<sup>10</sup> Essa hipótese foi lançada após as primeiras observações e análises dos produtos do design contemporâneo, realizadas na fase das pesquisas exploratória e bibliográfica inicial.

para o contexto desta tese, devido à sua sistematização das dimensões semióticas da linguagem.

Partiu-se, portanto, da premissa de que *design é linguagem*<sup>11</sup>. E, nessa perspectiva da linguagem, tomam corpo as imbricações entre design, um campo em aberto cuja construção ontológica se encontra em pleno desenvolvimento, a comunicação e a semiótica. Na semiótica, encontra-se um aporte teórico possível para a abordagem conceitual das linguagens híbridas do design, e até mesmo metodológica, pois a semiótica se mostra como ponte natural entre os estudos da linguagem e dos fenômenos de comunicação.

Também a semiótica desvela-se como um aporte teórico para a investigação do design como um fenômeno de linguagem, pois se pode conceituar semiótica como a ciência geral dos signos ou ciência da significação, ou ainda, a ciência que estuda todas as linguagens<sup>12</sup>. Por fim, a semiótica apresenta-se como um caminho para se chegar ao objetivo da pesquisa e disponibiliza um instrumental<sup>13</sup> para a proposição de uma resposta para o problema da determinação da lógica subjacente aos processos de hibridização no design, sobretudo porque, “para Peirce, Lógica<sup>14</sup> é apenas um outro nome para Semiótica, e vice-versa” (COELHO NETTO in PEIRCE, 1977, p.ix).

Walther-Bense (2000, p.86) também ratifica a relevância da semiótica no estudo do design quando afirma que “estética e teoria da arte, matemática e teoria da ciência, lógica e linguística, teoria do *design* e da arquitetura parecem-

---

<sup>11</sup> Essa premissa foi lançada a partir do quadro teórico que, recorrentemente, baliza as investigações realizadas no núcleo de pesquisa ao qual se vinculam o autor e a orientadora desta tese. Também, o autor já vem trabalhando com esta abordagem de cunho epistemológico para o design desde a sua pesquisa de mestrado. Ver Braidá (2007).

<sup>12</sup> De acordo com Santaella (2001, p.13, grifos nossos), “a Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação *todas as linguagens possíveis*, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”.

<sup>13</sup> Segundo Niemeyer (2006, p.102), “para tratar aspectos que digam respeito à comunicação no, com e pelo produto, a Semiótica oferece fundamentação e técnicas aplicáveis”.

<sup>14</sup> Também, de acordo com Santaella (2005a, p.39), “para Peirce, a lógica tem dois sentidos: um mais estreito e outro mais vasto. No primeiro, lógica é a ciência das condições necessárias para se atingir a verdade. No sentido mais amplo, é a ciência das leis necessárias do pensamento. Mas, uma vez que todo pensamento ocorre em signos, a lógica, no seu segundo sentido, é semiótica geral, tratando não apenas da verdade, mas também das condições gerais dos signos como signos”.

me ser, atualmente, os campos mais importantes de aplicações teóricas e práticas da semiótica”. Ainda, de acordo com a autora:

A posição privilegiada da semiótica como teoria geral (intersubjetiva e intersensível) dos signos em relação à matemática, à lógica, à linguística e às artes, para falarmos apenas nestas, deve-se ao fato de que ela investiga explicitamente todos os signos, as relações sógnicas e os processos sógnicos, que, nesses campos, são usados implícita, intuitiva e automaticamente. Isto é, não existe em nenhuma atividade espiritual, um meio utilizável ou utilizado que, uma vez referido a qualquer fato ou acontecimento material ou não material, não pertença à teoria geral dos signos (WALTHER-BENSE, 2000, p.86).

Partiu-se, também, da premissa de que *as linguagens na contemporaneidade têm-se manifestado cada vez mais por meios híbridos*<sup>15</sup>. Logo, a partir do cruzamento do referencial teórico selecionado com as observações críticas dos produtos levantados, complementava-se a hipótese, vislumbrando que *os hibridismos no design se dão no âmbito de suas dimensões semióticas: sintática, semântica e pragmática*<sup>16</sup>.

O objetivo principal estabelecido foi investigar como os processos de hibridização se constituem no campo do design, a fim de ser esquadrihada uma tipologia capaz de instrumentalizar leituras e análises dos produtos do design e de ação projetual na contemporaneidade. Objetivava-se, portanto, *evidenciar os substratos lógicos dos processos de hibridização dos produtos do design na contemporaneidade* e, conseqüentemente, *a construção de uma tipologia para a leitura e para a projeção de produtos que se manifestem como híbridos*. Também a semiótica se mostra como uma via possível e pertinente para se atingir esse objetivo, pois,

se, por um lado, os estudos semióticos constituem em eficiente e eficaz caminho metodológico para analisar, compreender e contextualizar os sistemas sógnicos que envolvem o homem, por outro, oferecem interativamente subsídios muito relevantes para a concepção e o desenvolvimento de práticas projetuais dos produtos do design (NOJIMA, ALMEIDA JUNIOR e RIBEIRO, 2011, p.173).

É, portanto, no cumprimento deste objetivo que a presente tese revela uma de suas maiores contribuições: evidenciar, a partir de um olhar sobre as

---

<sup>15</sup> Esta premissa foi lançada a partir do referencial teórico que tem dado lastro às investigações semióticas sobre as linguagens na era da cultura digital. No Brasil, destacam-se as pesquisas e os trabalhos publicados por Lucia Santaella.

<sup>16</sup> Essas dimensões foram profundamente desenvolvidas por Morris (1976) e têm sido transpostas para o estudo do design, por pesquisadores como, por exemplo, Quarante (1994).

manifestações híbridas do design, um arcabouço teórico capaz de instrumentalizar, conceitual e pragmaticamente, a ação projetual na contemporaneidade. E para que o objetivo principal fosse atingido, foram lançados os seguintes objetivos específicos ou operacionais: (a) estabelecer um quadro teórico que pudesse subsidiar os estudos das relações entre design, linguagem e hibridismo; (b) eleger os conceitos e definições, princípios e preceitos, objetivos e metodologias do design e das ciências da linguagem, mais especificamente da semiótica e da comunicação, que garantissem o suporte teórico da pesquisa; (c) fazer um levantamento de produtos do design que pudessem ser classificados como híbridos; (d) analisar os objetos selecionados, à luz do referencial teórico e das categorias analíticas propostas, descrevendo-os, classificando-os e interpretando-os, e (e) agrupá-los para se evidenciar uma tipologia dos processos de hibridização no campo do design; por fim, (f) apontar os liames conceituais que alicercem e validem a tipologia das linguagens híbridas do design na contemporaneidade.

A pesquisa, de caráter qualitativo<sup>17</sup>, apoiou-se na confluência da coleta de dados de fundamentação teórica com a busca empírica de produtos que se manifestam como híbridos. Tratou-se, portanto, de uma investigação que transitou entre os meios teórico e empírico. Buscava-se, assim, a desejável integração entre a prática e a teoria, em um processo investigativo dialógico, em que ambas, ao dialogarem entre si, se redefinem mutuamente. Afinal, Walther-Bense (2000, p.86) expõe de forma bastante precisa essa relação entre teoria e prática no âmbito dos estudos semióticos:

Estranho seria se um tal meio universal da atividade da consciência, que compreende todo tipo de sensações mentalizadas, não possuísse, ao lado de sua concepção teórica, também uma concepção prática. É evidente que cada disciplina, cada intenção intelectual e comunicativa de nossa consciência ou de nossa vida existencial e social, isto é, a linguagem, a arte, a ciência, a técnica e a comunicação, em que o que está sempre em pauta é a expressão, a representação, a conjunção e a mediação de conhecimentos, reflexões e criações, é obtida de conceitos sógnicos e de processos sógnicos teóricos e práticos.

Por um lado, foram estudados, paralelamente, a linguagem do design a partir dos elementos que a configuram e a estruturam, e o hibridismo enquanto

---

<sup>17</sup> Compartilha-se, nesta tese, com a proposição de Nojima, Almeida Junior e Ribeiro (2011, p.172, grifo dos autores), ao afirmarem que “presumimos que a natureza das ciências sociais e humanas amparando a transdisciplinaridade de um tecido teórico que envolve o design e a linguagem, assume uma estrutura metodológica *qualitativa* embasada em conhecimentos da semiótica”.

um conceito contemporâneo. Tais questões, muitas vezes, voltaram-se mais para o plano epistemológico e filosófico, pois são discussões de fundamentação teórica, para as quais contribuem os estudos da linguagem, da comunicação e da semiótica, e que fornecem subsídios para os estudos científicos do design. Por outro lado, a investigação se pautou nas manifestações híbridas presentes em casos concretos, em produtos do cotidiano contemporâneo.

Pode-se dizer, então, que o objeto teórico da pesquisa foi constituído pela *linguagem híbrida do design*, enquanto o objeto empírico abarcou os *produtos do design contemporâneo que se manifestam como híbridos*. Para a definição do corpus da pesquisa, ou seja, do conjunto de elementos analisados, *não foi delimitado nenhum recorte espacial*, uma vez que os hibridismos estão presentes em todo o mundo (globalizado), mas foi imprescindível a definição de um *recorte temporal*, o qual contempla os produtos concebidos *a partir das últimas décadas do século passado*, mais especificamente, *após os anos de 1970*, período abarcado pelo conceito de *contemporaneidade*.

Metodologicamente, a investigação foi sistematizada em quatro etapas<sup>18</sup>, quais sejam: (1) definição do objeto, (2) observação e análise, (3) descrição e (4) conclusão. Essas etapas se desenvolveram sob a abordagem pragmática peirceana, a qual é resultado da combinação dos métodos, ou “espécies de raciocínio” conforme se refere Peirce (1977, p.5-8), abdução, indutivo e dedutivo, ou seja, dos movimentos que vão da realidade (prática) à teoria e vice-versa. De acordo com Ferrara (1993, p.161), “é próprio da abdução produzir ideias, à indução cabe testar ideias e falar sobre elas, à dedução cabe generalizá-las e, abstratamente, transformá-las em teorias ou leis”. Nesse mesmo sentido, Santaella (2005a, p.41) apresenta que “enquanto a abdução é o quase raciocínio, lampejo da descoberta, responsável pelo nascimento das hipóteses, a dedução extrai as consequências lógicas da hipótese, e a indução testa sua validade”<sup>19</sup>.

Dentro das quatro fases supracitadas, distribuem-se as principais operações metodológicas: (1) revisão de literatura; (2) pesquisa exploratória

---

<sup>18</sup> Essas são as fases para uma pesquisa científica propostas por Lopes (2005).

<sup>19</sup> Abdução, indução e dedução são os tipos de métodos empregados pelas ciências e “se constituem em estágios de toda e qualquer investigação científica, na seguinte sequência: abdução ou descoberta de uma hipótese; dedução ou extração das consequências da hipótese; indução ou teste da hipótese” (SANTAELLA, 2005a, p.41). De acordo com Peirce (1977, p.32), “a divisão de toda inferência em Abdução, Dedução e Indução, quase pode ser apresentada como sendo a Chave da Lógica”.

preliminar; (3) definição do problema e das hipóteses; (4) composição do corpus da pesquisa; (5) definição das categorias de análise, bem como da tipologia das categorias; (6) pré-teste e revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias; (7) leitura e análise descritiva e interpretativa; (8) experiência metodológica; (9) verificação das hipóteses; e (10) elaboração das generalizações.

O quadro abaixo expressa as vinculações das operações metodológicas às etapas da pesquisa:

<b>ETAPAS</b>	<b>OPERAÇÕES METODOLÓGICAS</b>
Definição do objeto	revisão de literatura
	pesquisa exploratória preliminar
	definição do problema e das hipóteses
Observação	composição do corpus da pesquisa
Descrição e interpretação	definição das categorias de análise, bem como da tipologia das categorias
	pré-teste e revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias
	leitura e análise descritiva e interpretativa
	experiência metodológica
Conclusão	verificação das hipóteses
	elaboração das generalizações.

Figura 2 – Etapas e operações metodológicas.  
Fonte: do autor.

Embora todo o processo de pesquisa esteja dividido em etapas, deve-se ressaltar que elas não são absolutamente autônomas nem estanques. Conforme aponta Lopes (2005, p.135), “a dinâmica do processo de pesquisa exige interações, voltas, novas combinações lógicas entre as etapas”. O relacionamento entre as operações metodológicas pode ser expresso no seguinte gráfico:

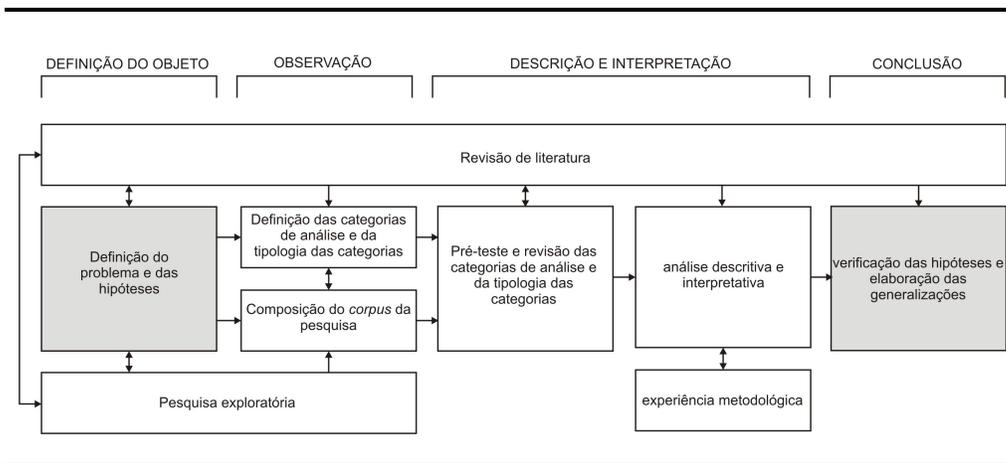


Figura 3 – Relações entre as operações metodológicas<sup>20</sup>.  
Fonte: do autor.

No gráfico acima, destacam-se as duas fases que delimitam o início e o fim da pesquisa: a definição do objeto marca o começo, e a conclusão se dá com a verificação das hipóteses e elaboração das generalizações. As setas indicam a relação de causa e consequência, ou de implicância e dependência, entre os procedimentos. Elas partem dos procedimentos de causa e chegam aos procedimentos consequentes. Por exemplo, a relação entre a definição do corpus e as análises é uma relação de mão única, pois as análises não exercem nenhuma implicância na definição do corpus da pesquisa. Na verdade, para que se realizem as análises é necessário que se tenha previamente definido o corpus. Já a relação entre a definição do problema e da hipótese com a revisão de literatura é de mão dupla, ou seja, a definição do problema e da hipótese está diretamente relacionada à revisão de literatura e, ao mesmo tempo, a revisão de literatura é influenciada pela definição do objeto.

Verifica-se, assim, a criação de um modelo metodológico, o qual, ao ser aplicado à pesquisa aqui apresentada, pode, ainda, ser reescrito da seguinte maneira:

<sup>20</sup> Essa é uma estruturação já utilizada pelo autor em sua pesquisa de mestrado. Ver Braida (2007, p.78).

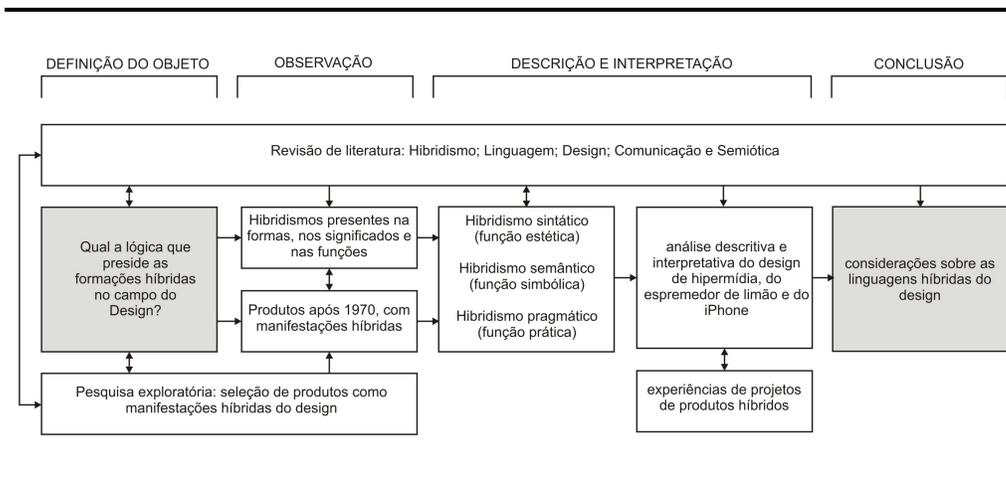


Figura 4 – Relações entre as operações metodológicas aplicadas ao estudo da linguagem híbrida do design contemporâneo.  
Fonte: do autor.

A explicitação dos procedimentos metodológicos empregados na pesquisa, bem como das técnicas de coleta e análise de dados elucidam a trajetória percorrida. Esses procedimentos, individualmente, apresentam-se como peças de um quebra-cabeça que, ao ser montado, revela os passos dado pelo pesquisador, o encadeamento lógico da pesquisa como um todo, o percurso metodológico adotado, os procedimentos e as técnicas utilizadas. Acredita-se que, assim, com a exposição do percurso trilhado na pesquisa, caminha-se na contramão de um relatório que privilegie apenas os resultados da investigação, conforme alertam Cipiniuk e Portinari (2006, p.36):

Em muitas situações acadêmicas de aprendizado e aplicação de métodos de projeto e de pesquisa, prioriza-se e premia-se o resultado alcançado em detrimento do processo. Na maioria dos casos, o método através do qual um resultado foi obtido permanece subentendido ou mesmo oculto na apresentação dos resultados, o que revela clara hierarquia entre fins e meios.

Os procedimentos metodológicos podem ser assim descritos:

#### 1) *Revisão da literatura*

A revisão de literatura contemplou, principalmente, os seguintes temas: "hibridismo" e "linguagem", e as suas relações/inserções no campo do design. O contato com a bibliografia sobre comunicação e semiótica foi essencial para o estabelecimento do marco teórico do trabalho. A técnica utilizada nesta fase foi a da pesquisa bibliográfica com a produção de fichamentos para registro dos dados levantados. Embora a pesquisa bibliográfica tenha sido um dos primeiros

procedimentos metodológicos, estendeu-se ao longo de toda a pesquisa, sendo realizada concomitantemente às demais etapas.

### *2) Pesquisa exploratória preliminar*

De acordo com Santos (2002, p.26), explorar “visa criar maior familiaridade em relação a um fato ou fenômeno”. Portanto, desde a pesquisa exploratória, foi sendo construído o corpus<sup>21</sup> da pesquisa, composto por produtos que se apresentam como manifestações híbridas. Esse rol de produtos se mostrou relevante, pois foi sobre ele que se lançaram os primeiros olhares teóricos da investigação. Também a pesquisa exploratória teve como objetivo melhor definir o problema e a hipótese.

A seleção e a coleta dos produtos se deram de duas maneiras: (1) a partir da observação in loco dos produtos encontrados ao redor do pesquisador, em seu cotidiano, registrados por meio de desenhos, fotografias e filmagens ou coletados (adquiridos) para posterior análise e registro e (2) a partir de imagens de produtos apresentadas em livros e sites. A técnica de pesquisa empregada nesta fase foi, principalmente, o levantamento iconográfico e, como resultado e sistematização dos dados coletados, criou-se um banco de dados composto por esse referencial.

Com base na pesquisa exploratória, verificou-se a existência de uma diversidade de manifestações híbridas no âmbito da produção contemporânea do design. Também foi possível observar, no entanto, que, ainda que tais produtos híbridos pertencessem a diferentes modalidades do design, eles guardavam características comuns que autorizavam sua divisão em três grupos: (1) hibridismo das formas, (2) hibridismo dos significados e (3) hibridismo das funções.

### *3) Definição do problema e das hipóteses*

O problema e a hipótese da pesquisa foram lançados levando-se em consideração as pesquisas bibliográfica e exploratória. O problema e as

---

<sup>21</sup> A palavra corpus é de origem latina e significa, em português, “corpo”. Dentro das ciências históricas, esse vocábulo se refere a uma coleção de textos. Barthes (1976, p.96 apud BAUER e GASKELL, 2004, p.44), define corpus como “uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar”.

hipóteses constituem a definição teórica do objeto da pesquisa, e foi a partir da colocação clara deles que a investigação pôde, de fato, ser desenvolvida.

#### *4) Composição do corpus da pesquisa*

Pode-se afirmar que o corpus da pesquisa está dividido em dois grupos: um principal e outro secundário. O corpus secundário é formado por diversos produtos que se apresentam como manifestações híbridas no design contemporâneo, levantados na fase exploratória da pesquisa, que serviram de ilustrações concretas e alimentaram as reflexões teóricas, bem como o desenho da tipologia da linguagem híbrida do design. Já o corpus principal foi constituído a partir de um recorte do corpus secundário, seguindo os critérios apontados por Barthes (apud BAUER e GASKELL, 2004, p.55) para a delimitação do corpus de uma pesquisa, a saber: (1) relevância, (2) homogeneidade e (3) sincronicidade. São produtos que foram submetidos a leituras e análises fundamentadas nas categorias analíticas pré-estabelecidas, de tal forma que colocavam à prova a própria validade de tais categorias.

#### *5) Definição das categorias de análise, bem como da tipologia das categorias*

A partir da seleção e das primeiras observações dos produtos levantados na pesquisa exploratória, bem como da colocação da hipótese como resposta ao problema de pesquisa, à luz do referencial teórico adotado, foram propostas as categorias de análise das linguagens híbridas do design, cujo lastro encontra-se no estudo das dimensões semióticas propostas por Morris (1976). Sendo assim, postulou-se a existência de três diferentes tipos de hibridismos: sintático, semântico e pragmático, os quais se manifestam por meio das formas, dos significados e das funções dos produtos. A construção de uma tipologia na qual se inserem essas categorias fundamenta-se, em última instância, na própria estrutura sígnica triádica peirceana.

#### *6) Pré-teste e revisão das categorias de análise e da tipologia das categorias*

Uma vez definidas as categorias de análise, bem como o corpus da pesquisa, deu-se o pré-teste para ratificação das categorias com a distribuição de todos os produtos levantados em três grupos, de acordo com o nível em que

predominavam os hibridismos. Também foi proposta uma sucinta descrição de cada uma das categorias, a partir das leituras e análises dos produtos que se encontravam em cada grupo.

No pré-teste, já se constatava a pertinência das categorias propostas para o estudo da linguagem híbrida do design. No entanto, foi diagnosticada a necessidade de algumas subdivisões das categorias para que pudessem melhor contemplar todas as manifestações híbridas com suas peculiaridades. Portanto, também a tipologia inicialmente esquadrinhada foi redesenhada, ou seja, complementada.

Verificou-se, também, nesse momento, que as categorias se articulam com as funções dos produtos inicialmente colocadas por Jan Mukarovsky (1993), a partir de suas definições sobre a função estética da arte, e sistematizadas, no âmbito do design, por Löbach (2007).

#### *7) Leitura e análise descritiva e interpretativa*

A partir da construção da tipologia, foram empreendidas as leituras e análises semióticas dos produtos que compõem o corpus principal. A técnica utilizada para a análise desses objetos, engloba as análises formais, significativas e funcionais, bem como uma leitura sobre suas funções estética, simbólica e prática. A análise do discurso e do conteúdo alicerça a análise semiótica. Trata-se de uma aplicação e possível ratificação das categorias apresentadas, bem como da tipologia delineada.

#### *8) Experiência metodológica*

Todo o estudo desenvolvido foi submetido a observações a partir de uma experiência metodológica no âmbito acadêmico. Tratou-se da elaboração e da aplicação de um plano de curso para a disciplina *Teorias e enfoques críticos da comunicação no design*, do curso de graduação em design – comunicação visual, do Departamento de Artes e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, cujo enfoque se debruçou sobre a linguagem híbrida do design na contemporaneidade. A proposta foi colocar em discussão a tipologia evidenciada e a própria formulação teórica sobre a linguagem híbrida do design. O relato dessa experiência<sup>22</sup> contribui para, mais uma vez, observar o

---

<sup>22</sup> Cf. *Apêndice* desta tese.

comportamento da tipologia proposta no âmbito da argumentação e prática projetuais.

9) *Verificação das hipóteses e*

O penúltimo passo metodológico foi a verificação da validade das hipóteses, procedimento necessário à pesquisa científica. Uma vez enunciadas as hipóteses, com base nas pesquisas preliminares (exploratória e bibliográfica), tratou-se de confrontá-las com os resultados das análises empreendidas.

10) *elaboração das generalizações*

Ao final, após a confirmação da validade das hipóteses, foram elaboradas considerações e generalizações que, finalmente, buscam evidenciar os substratos lógicos (semióticos) subjacentes aos processos de hibridização no design.

## **2.2.Sobre a abordagem transversal, uma abordagem híbrida: design, linguagem, comunicação e semiótica**

Faz-se necessário, desde já, enfatizar que a abordagem conceitual-metodológica da pesquisa se pautou nos princípios da transversalidade<sup>23</sup>, nos conceitos, teorias, preceitos, objetivos e metodologias de diversos campos do conhecimento, enfim, na cooperação hibridizada dos saberes do design, dos estudos da linguagem, da comunicação e da semiótica. Para a investigação das manifestações híbridas no design contemporâneo, colocava-se, quase que como uma imposição, também a necessidade de uma abordagem híbrida e contemporânea. Demandava-se, pois, “sair da armadilha disciplinar, fazer-se ‘indisciplinada’, favorecer ‘desorientamentos’ contínuos entre o que normalmente é percebido como autônomo ou separado ou de pertinência a uma disciplina” (COSTA, 2010, p.9).

Pode-se afirmar, assim como fizeram Nojima, Almeida Junior e Ribeiro (2011, p.177), que “os estudos propostos, apoiados em princípios da

---

<sup>23</sup> “O conceito de transversalidade foi usado pela primeira vez no contexto da Filosofia por Jean-Paul Sarte e, posteriormente, desenvolvido como um conceito filosófico por Gilles Deleuze e Félix Guattari, na obra *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*, vol. 1 (1995), em que estabelecem o paradigma rizomático como conceito abstrato e abrangente. Esta proposição de transversalidade pode ser aplicada a diversos campos de atividade” (NOJIMA, ALMEIDA JUNIOR e RIBEIRO, 2011, p.182).

transversalidade, suscitam a intercomunicação entre as áreas do conhecimento e promovem o processo de (re)integração e de retroalimentação das diversas dimensões dos saberes e dos fazeres”. “Não se trata, aqui, de pensar a transversalidade como uma simples questão semântica, mas, tomá-la como um aspecto nuclear na definição da maneira como se processa o entendimento humano sobre a construção do conhecimento” (LEON e ALMEIDA JUNIOR, 2010, p.151). Também não se trata, nem de longe, da “pouca confiança nas próprias contribuições do Design” apontada por Bürdek (2006, p.280-281), ao afirmar que,

quando se fala em teoria do Design a ser desenvolvida, entra-se em confronto com diversas possibilidades de como ela pode ser construída: interdisciplinar, multidisciplinar ou mesmo transdisciplinar. Muito raramente se diz que uma teoria do Design também pode ser “disciplinar”. Pode ser que os apologistas de uma teoria do Design tenham tão pouca confiança em suas próprias contribuições, que necessitam sempre se apoiar em outras disciplinas. A isto se soma que a interdisciplinaridade (o trabalho em conjunto de diversas disciplinas) é hoje em dia muito valorizada, o que, em última análise, também é necessário pelas sempre mais complexas tarefas, onde a configuração tem sua participação.

Embora Bürdek chame a atenção para o fato de que subjacente ao enfoque não disciplinar para a formulação de uma teoria do design possa estar a falta de confiança em teorias próprias do campo, vale ratificar que a investigação se desenvolveu dentro de uma perspectiva transversal, em que os estudos próprios do campo do design entraram em contato com os das áreas das linguagens, das comunicações e da semiótica, para a construção de um conhecimento novo. Essa abordagem está vinculada ao pensamento de Nojima, Leon e Almeida Junior (2006), quando entendem que a transversalidade corresponde a um estágio que rompe as fronteiras entre as disciplinas, garantindo a construção do conhecimento pelo reconhecimento de pontos de convergência entre os campos, convocados para uma investigação, a partir de uma abordagem conjunta, propiciando uma relação epistemológica, resultante do envolvimento, compromisso e integração.

Entender o design como uma atividade que tem como uma de suas características a transdisciplinaridade significa, de acordo com Campos (2009, p.67), considerar que o design se realiza no trânsito necessário entre disciplinas. Se considerada como verdade, a posição que assume o design como prática transversal, pode-se considerar a transversalidade como uma abordagem apropriada (ou quase necessária) para sua investigação, sobretudo na contemporaneidade.

A metáfora empregada por Gallo (1995) para a compreensão da transversalidade é a do rizoma, apresentado por Deleuze e Guattari (2007), em oposição à figura da árvore. O rizoma rompe com a hierarquia do paradigma arbóreo, pois no rizoma são possíveis múltiplas conexões. Segundo Gallo (1995), “ao romper com essa hierarquia estanque, o rizoma pede, porém, uma nova forma de trânsito possível por entre seus inúmeros ‘devires’; pode-se encontrá-la na transversalidade<sup>24</sup>”.

As propostas de uma interdisciplinaridade, postas hoje sobre a mesa, apontam, no contexto de uma perspectiva arborescente, para integrações horizontais e verticais entre as várias ciências<sup>25</sup>; numa perspectiva rizomática, podemos apontar para uma transversalidade entre as várias áreas do saber, integrando-as, senão em sua totalidade, pelo menos de forma muito mais abrangente, possibilitando conexões inimagináveis através do paradigma arborescente. Assumir a transversalidade é transitar pelo território do saber, como as sinapses viajam pelos neurônios, uma viagem aparentemente caótica, que constrói seu(s) sentido(s) à medida que desenvolvemos sua equação fractal (GALLO, 1995).

Levando-se em consideração as questões expostas por Gallo (1995), observa-se que a transversalidade difere da disciplinaridade no tocante à fragmentação das disciplinas e da interdisciplinaridade na tentativa de recuperar a unidade perdida. De acordo com Nojima (2008b, p.18),

Considerando a transversalidade como modelo pedagógico integrado para promover um processo de cooperação entre alguns saberes, o Design configura-se pela observação e leitura crítica, interpretação e debates sobre suas próprias modalidades, que, focadas por diferentes ângulos, em conceitos e teorias, princípios e preceitos, objetivos e metodologias das mais diferentes áreas do conhecimento, busca encontrar uma relação epistemológica que lhe proporcione sustentação.

A transversalidade é, pois, “um princípio teórico do qual decorrem várias consequências metodológicas práticas”, as quais, ao lidarem com temas/objetivos transversais, “facilitam a compreensão dos conteúdos de uma forma integrada, complementando e aprimorando o conhecimento” (NOJIMA,

---

<sup>24</sup> De acordo com Moura e Somma Junior (2008, p.660), “as relações transdisciplinares se estabelecem a partir do relacionamento desenvolvido entre dois campos distintos de saber” e a transdisciplinaridade “ocorre pela associação de diferentes saberes, repertórios e domínios dos envolvidos na proposta”.

<sup>25</sup> Cabe aqui apresentar a noção de interdisciplinaridade proposta por Barthes (1988, p.99 apud PORTINARI, 1999, p.78, grifo do autor): “O interdisciplinar, de que tanto se fala, não está em confrontar disciplinas já constituídas (das quais, na realidade, nenhuma consente em *abandonar-se*). Para se fazer interdisciplinaridade, não basta tomar um ‘assunto’ (um tema) e convocar em torno de duas ou três ciências. A interdisciplinaridade consiste em criar um objeto novo que não pertença a ninguém...”.

ALMEIDA JUNIOR e RIBEIRO, 2011, p.177). Portanto, é dentro desse paradigma da transversalidade, da colaboração dos estudos da semiótica, que se investigou, na pesquisa aqui apresentada, o design como fenômeno de linguagem e de comunicação, para a formulação de uma tese sobre a linguagem híbrida do design. E, no entendimento do design sob uma abordagem transversal e transdisciplinar, o diálogo com a semiótica se dá para a compreensão fenomenológica das dimensões sintática, semântica e pragmática dos produtos (ALMEIDA JUNIOR e NOJIMA, 2010, p.14).

### 2.3.Estrutura da tese

Esta tese está dividida em dez capítulos. O primeiro capítulo trata-se de uma breve apresentação. Neste segundo capítulo, são apresentadas as *Primeiras palavras*, ou seja, os elementos da pesquisa, bem como a metodologia, a justificativa da abordagem transversal e a estrutura desta tese.

Enquanto no terceiro capítulo está exposta a fundamentação teórica que permite afirmar que *Design é um fenômeno de linguagem*, no quarto capítulo, são tratadas as questões sobre *O híbrido na contemporaneidade* e são levadas a cabo reflexões sobre o hibridismo e sua inserção como um conceito ou uma categoria de análise da sociedade contemporânea. Esses dois capítulos são dedicados à exposição conceitual e buscam tecer considerações relevantes para a pesquisa, do ponto de vista da literatura especializada, a fim de se estabelecer a contextualização da teoria com relação ao tema.

O quinto capítulo volta-se para a explicitação do quadro teórico que oferece os subsídios para a composição da tipologia das manifestações híbridas no design contemporâneo. Nele, apresentam-se os *Aportes teóricos para o estudo da linguagem híbrida do design*. Encerra-se, com este, a explicitação das referências conceituais e teóricas da tese.

No sexto capítulo, está apresentada a *Tipologia da linguagem híbrida do design*. Nesse capítulo, são sistematizados os seguintes tipos de hibridismos encontrados nos produtos do design: (1) hibridismo sintático, (2) hibridismo semântico e (3) hibridismo pragmático. A tipologia apresenta-se como um instrumento para leituras, análises e projetos no campo do design.

No sétimo capítulo, são analisadas três *Manifestações híbridas no design contemporâneo*, ou seja, três leituras e análises de produtos do universo

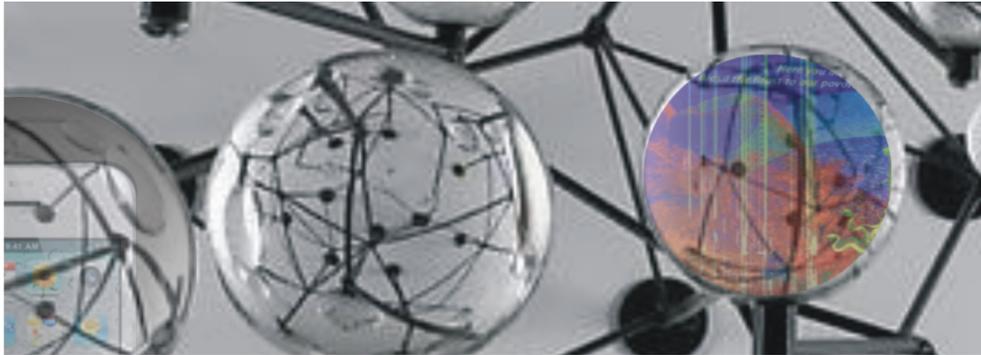
contemporâneo. Essas leituras e análises buscam apresentar uma síntese interpretativa das deduções lógicas da pesquisa.

No oitavo capítulo, conclui-se o relato da pesquisa sobre *A linguagem híbrida do design*, e evidencia-se a tese propriamente dita. Busca-se, portanto, apresentar as generalizações, de tal modo que possam ratificar a hipótese de que, nos dias de hoje, os produtos híbridos constituem-se em manifestações contemporâneas do design, cujo substrato lógico de formação encontra-se em suas dimensões semióticas.

Por fim, antes das *Referências* (décimo capítulo), nas *Considerações finais* (nono capítulo), são apresentadas as principais considerações sobre a tese, bem como seus alcances e suas possibilidades de desdobramentos em investigações futuras.

Há, ainda, um *Apêndice* (décimo primeiro capítulo), intitulado *Hibridismos no âmbito da prática projetual*, no qual são relatados os resultados de uma experiência acadêmica, cujo tema relaciona-se com as manifestações híbridas no design contemporâneo. Em *Anexo* (décimo segundo capítulo) está um *Percurso para a leitura e análise da semiose e suas limitações*, o qual foi seguido nas análises empreendidas nesta tese.

### 3. Design é um fenômeno de linguagem



*Os limites de minha linguagem significam os limites de meu mundo*

(WITTGENSTEIN, 1994, p.245).

*O destino de todos os artefatos é decidido na linguagem*<sup>26</sup>

(KRIPPENDORFF, 2006, p. 148, tradução nossa).

---

<sup>26</sup> Do original: “*The fate of all artifacts is decided in language*”.

### 3. Design é um fenômeno de linguagem

Tornou-se, praticamente, um truísmo afirmar que a pintura, a escultura, a arquitetura, a poesia e a música, enfim, as artes visuais como um todo e, além dessas, todas as manifestações expressivas e significantes, consideradas não verbais, ou não linguísticas, ou não completamente dependentes dos meios linguístico-verbais, como o cinema, são linguagens. No entanto, como bem é lembrada por Garroni (1972, p.55), tal abordagem “raramente saiu das fronteiras de uma metafórica genericidade”.

Para alguns, falar de linguagem dentro do contexto não verbal significa falar metaforicamente, por meio de comparações ou de analogias (LESSA, 2006, p.9). É assim que Oliveira (2005, p.51) propõe um modelo para ler imagens: “pensar na imagem como um texto verbal”; portanto, os elementos constitutivos seriam as palavras e os procedimentos relacionais corresponderiam à sintaxe. Também Zevi (1984, p.11-12), em *A linguagem moderna da arquitetura*, sugere que a arquitetura é uma língua falada pelos arquitetos<sup>27</sup>. Configura-se, nesses dois exemplos, uma tentativa de investigar as linguagens não verbais, por meio dos conhecimentos já sistematizados para o estudo da linguagem verbal.

Essa frequente abordagem metafórico-linguística evidencia, entre outras coisas, a valorização do signo verbal em nossa cultura e circunscreve-se dentro de uma série de estudos que visam compreender os códigos não verbais em analogia rigorosa ao sistema linguístico. Nöth (2005, p.69) assinala que essa tradição foi perseguida, depois de Hjelmslev (1899-1965), uma vez que os sistemas semióticos não verbais foram pouco desenvolvidos por ele, por outros semioticistas como, por exemplo, Umberto Eco<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> O título do capítulo introdutório de *A linguagem moderna da arquitetura* é *Introdução: falar arquitetura*. Cf. Zevi (1984, p.11-15), para uma abordagem da língua-arquitetura. Ainda vale lembrar que, de acordo com Silva (1985, p.21), a visão de arquitetura, sob o ponto de vista linguístico, não é recente, pois já se manifesta na tradição tratadística.

<sup>28</sup> Há também que ponderar que algumas pesquisas fogem dessa consideração mimética. Por exemplo, toda a teoria de Metz (1980) se baseia na premissa de que o cinema constitui uma linguagem e não uma língua, uma vez que se trata de um fenômeno semiótico e não propriamente linguístico.

Mas o uso da metáfora linguística mostra, também, como o termo “linguagem” tem sido empregado, recorrentemente, em sua acepção mais restrita, circunscrita ao campo da linguística, como um sinônimo para “língua”. Nesse sentido, vale atentar para as palavras de Santaella (2001, p.10), por meio das quais a autora lembra que é tal a aparente dominância da língua em nossas vidas que, por muitas vezes, leva ao esquecimento de que as relações sociais são mediadas por uma rede plural de linguagens, sendo a verbal apenas uma das linguagens manifestas:

É tal a distração que a aparente dominância da língua provoca em nós que, na maior parte das vezes, não chegamos a tomar consciência de que nosso estar no mundo, como indivíduos sociais que somos, é mediado por uma rede intrincada e plural de linguagem, isto é, que nos comunicamos também através da leitura e/ou produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; que somos também leitores e/ou produtores de dimensões e direções de linhas, traços, cores... Enfim, também nos comunicamos e nos orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos, sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar. Somos uma espécie animal tão complexa quanto são complexas e plurais as linguagens que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem (SANTAELLA, 2001, p.10).

Também, nos dias de hoje, diversos autores têm afirmado que “design é linguagem”. No entanto, as abordagens dentro do campo do design nem sempre têm tratado o termo “linguagem” com o cuidado e com a precisão requeridos, ou então, repetem-se os modelos que propõem adaptações simplistas e mecanicistas dos conceitos desenvolvidos dentro do campo da linguística. Parafraseando Garroni (1972, p.55), quando buscava compreender o cinema como linguagem, o objetivo é tentar esclarecer em quais sentidos são legítimos os usos do termo *linguagem*, quando se trata do campo do design.

### 3.1.Sobre a linguagem

De acordo com Fiorin (2009, p.8), “a linguagem é um fenômeno extremamente complexo, que pode ser estudado de múltiplos pontos de vista, pois pertence a diferentes domínios”. Sendo assim, é notável que a conceituação para o termo “linguagem” não tem sido muito fácil de ser estabelecida, em face às múltiplas aplicações e acepções encontradas em diversos textos de inúmeros autores, circunscritos nos mais variados campos do saber científico.

Basicamente, podem ser admitidas duas noções: uma noção mais restrita, sinônimo de “língua”, e outra mais ampla, entendida como um fenômeno semiótico lato, a qual engloba as línguas (linguagens verbais), mas é manifestação de algo mais geral, abarcando, inclusive, os signos não verbais.

Tal duplicidade mostra-se mais evidente se referida ao vocábulo em inglês, que possui um único termo para dois conceitos: *language*, que significa “língua” e “linguagem”. Neste sentido, “linguagem” pode significar a faculdade que o homem tem de comunicar-se intencionalmente, por meio de signos (verbais) articulados, ou seja, por meio de uma língua, ou qualquer manifestação exterior, realizada por signos (incluindo os não verbais, como os gestos, os sinais de trânsito etc.) que constituem a base de toda comunicação. Torna-se, então, fundamental serem distinguidas e que se precisem historicamente, ainda que de forma sucinta, essas duas noções.

Até o século XIX, os estudos sobre as linguagens eram assistemáticos e irregulares, frequentemente vinculados aos estudos filosóficos. Nesse contexto, dois grandes autores propuseram diferentes abordagens, as quais estabeleceram novos paradigmas para o estudo da linguagem: Ferdinand de Saussure (1857-1913) e Charles Sanders Peirce (1839-1914), os quais podem ser considerados os pais da Semiologia e da Semiótica, respectivamente, ou seja, das modernas teorias semióticas. Foi após 1916, quando dois alunos de Saussure, a partir de notas de aula, publicaram o *Curso de linguística geral* (obra-prima para esta nova ciência, a linguística), que os trabalhos de investigação sobre a linguagem passaram a ser reconhecidos como estudo científico.

Saussure fez de uma parte da linguagem, a língua, seu objeto de estudo. Para ele, a língua é a parte essencial da linguagem, “é um produto social da faculdade da linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos” (SAUSSURE, 1969, p.17). No entanto, o conjunto língua-linguagem contém, para esse autor, mais um elemento: a fala. Assim, a linguística, uma das ciências da linguagem<sup>29</sup>, tem, de acordo com Saussure (1969), como objeto, a distinção entre linguagem, língua e fala<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Para Martin (2003, p.102), compõem as ciências da linguagem: a linguística, a psicolinguística, a sociolinguística, a neurolinguística, a semiologia, as ciências da comunicação etc.

<sup>30</sup> De acordo com diferentes autores, a dicotomia língua/ fala (*langue/ parole*), estabelecida por Saussure, teve as seguintes denominações: para Hjelmslev (2003),

Desse ponto de vista, a linguagem deve ser entendida como o somatório da língua com a fala, sendo a língua um recurso global de comunicação, e a fala, um ato individual de seleção, que permite o enunciado de uma mensagem particular. Portanto, “linguagem”, dentro de uma matriz saussuriana, é a capacidade específica à espécie humana de comunicar por meio de um sistema de signos vocais, ou língua.

Mais um conceito desenvolvido por Saussure é o conceito de discurso, o qual pode ser caracterizado como as combinações de elementos linguísticos, usadas pelos falantes, a fim de exteriorizar seus pensamentos e agir sobre o mundo. Nesse contexto, a fala, que é individual e que se configura no plano da expressão, é a manifestação perceptível do discurso, o qual é coletivo e pertencente ao plano do conteúdo.

Conforme se pode notar, o emprego da linguagem no campo da linguística é muito específico e refere-se tão somente à linguagem verbal, não abarcando outras linguagens como a música, a pintura, o teatro, o cinema, os gestos, as mímicas etc. No entanto, Petter (2004, p.17, grifos da autora) afirma que “é de se notar que todas as *linguagens* (verbais ou não verbais) compartilham uma característica importante – são sistemas de signos usados para a comunicação”. É exatamente aí que se estabelece uma das conexões entre as abordagens de Saussure e de Peirce: na relação entre signos, linguagem e pensamento.

Foi justo esse traço característico comum que possibilitou o desenvolvimento de uma ciência que estuda todo e qualquer sistema de signos, cuja denominação atribuída por Saussure foi semiologia e, por Peirce, semiótica<sup>31</sup>. A palavra “semiótica” deriva da mesma raiz grega “*semeion*” e significa “signo” (SANTAELLA, 2001, p.7), também traduzida por “sintoma”<sup>32</sup>. No entanto, “*semiótica*” é usado para se referir à tradição filosófica da teoria dos

---

esquema/ uso, para Jakobson (2008), código/ mensagem e, para Chomsky (1980), competência/ desempenho.

<sup>31</sup> Segundo Petter (2004, p.17, grifos da autora), a linguística é uma parte da ciência mais geral, denominada semiologia ou semiótica e “estuda a principal modalidade dos sistemas *signicos*, as *línguas naturais*, que são a forma de comunicação mais altamente desenvolvida e de maior uso”. De acordo com Saussure (1969), a linguística ocupa um lugar especial dentro da semiologia, uma vez que a língua é somente um entre os diversos sistemas semiológicos possíveis.

<sup>32</sup> De acordo com Nöth (1998, p.21), a etimologia do termo “semiótica” também nos remete ao grego “*sêma*”, que pode ser traduzido por “sinal” ou “signo”.

signos desde Peirce, enquanto que a *semiologia* se refere à tradição linguística desde Saussure”<sup>33</sup> (NÖTH, 1995, p.14, grifos do autor, tradução nossa).

Portanto, pode-se dizer que o objeto de investigação de Peirce é mais amplo do que o de Saussure, uma vez que seu interesse inicial estava voltado para o campo da lógica, dentro do qual propôs uma teoria geral dos signos, a semiótica, que se apresenta como uma filosofia científica da linguagem (lato sensu).

Assim, a palavra “linguagem”, em seu sentido específico, pode ser tomada como sinônimo de “língua” e, em um sentido mais amplo, significa “meio de troca de informações” (FISCHER, 2009, p.12). Essa conceituação mais alargada permite abarcar as expressões faciais, os gestos, a linguagem matemática, a linguagem de computadores, do cinema, das artes, do design, e assim por diante, como verdadeiras linguagens.

Quanto ao emprego do termo “linguagem”, suas variações e acepções, Martin (2003, p.101, grifos do autor), em uma nota de rodapé, elucida muito bem:

Observa-se a forma *linguagem* (a função psíquica); por *uma linguagem, linguagens, as linguagens, a linguagem de...* designa-se uma coisa bem diferente: todo sistema de objetos instituídos como signos é uma linguagem (certos gestos ou certas mímicas, as placas de trânsito, a maneira de se vestir...). O estudo das linguagens é da alçada da semiótica; a linguística é um aspecto desta, pois as línguas são, por excelência, linguagens.

Até aqui, essas reflexões procuram expor a ambiguidade do termo “linguagem”, a fim de que não se incorra no erro de não contemplar tais distinções e de explicitar que a abordagem que se leva a cabo, nesta tese, trata da conceituação mais ampla da linguagem, dentro de uma perspectiva que busca entender o design como linguagem. Para tanto, ressaltam-se as palavras de Fischer (2009, p.12-13), quando afirma que, “embora uma ‘história da linguagem’ no início do século XXI ainda seja implicitamente uma ‘história da linguagem humana’, ela carrega a sugestão de que possa evoluir de modo a abarcar muitas formas de linguagem desconhecidas até então”. E, nesse mesmo sentido, Viégas (2004, p.46) expõe que, em uma época em que a fotografia, o cinema, a televisão, o design e a informática ocupam um lugar de destaque em nossa sociedade, “uma semiótica [estudo de todas as linguagens] compreensiva deve considerar os signos não verbais”, estudados nas suas especificidades, rompendo as simplistas analogias linguísticas.

---

<sup>33</sup> Do original: “semiotics is used to refer to the philosophical tradition of the theory of signs since Peirce, while semiology refers to the linguistic tradition since Saussure”.

É válido expor também que outra contribuição para o estudo da linguagem foi dada por Louis Hjelmslev (1899-1965), fundador da Escola de Copenhague (escola radicalmente estruturalista<sup>34</sup>), cujos fundamentos do seu trabalho se encontram na linguística estrutural e na semiologia de Saussure. Embora Hjelmslev tenha atribuído um lugar especial à linguagem verbal, ele também adotou uma noção para a linguagem mais ampliada, incluindo não somente a linguagem natural (a língua), mas qualquer estrutura análoga à linguagem, entendida como um sistema de signos.

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”. Sabe-se que a cultura humana depende dos signos para sua manutenção e perpetuação. Uma vez que não há cultura sem linguagem, a linguagem deve ser considerada como a base de toda comunicação. Tais afirmações baseiam-se na seguinte assertiva de Eco (1971, p.3): os fenômenos culturais funcionam porque “são sistemas de signos, isto é, fenômenos de comunicação”.

Dentro desse enfoque da relação entre linguagem/cultura/comunicação, Santaella (2003, p.127) lembra que “é através da linguagem que o ser humano se constitui como sujeito e adquire significância cultural”. Para Farbiarz, A.; Farbiarz, J. e Nojima (2006, p.64), a linguagem se apresenta circunscrita em um contexto social, ou seja, um contexto cultural, portanto, não pode estar apenas restrita ao discurso e a seus interlocutores, pois é “desse contexto abrangente que ela retira e recoloca elementos e valores comunicacionais”. E, enfatizando ainda mais a relação supracitada, dentro de uma abordagem cognitivista<sup>35</sup>, Lévy (2003, p.98) conclui que “nossa inteligência possui uma dimensão coletiva, porque somos seres de linguagem”.

---

<sup>34</sup> “O estruturalismo nas ciências humanas é a corrente que, nos últimos 30 anos, recebeu grande impulso na Linguística e na Semiologia. Ele analisa os fenômenos sociais e humanos como se fossem textos, discursos. A moda, o casamento, o sonho, podem ser ‘lidos’ como se fossem ‘frases’ de uma língua, signos com um significante e um significado (no sonho as imagens são significantes cujo significado o analista descobre). Pois bem, na Antropologia, na Psicanálise, na Sociologia, o estruturalismo explicou cientificamente muita coisa no homem que antes era privilégio da Filosofia comentar. Assim, a Filosofia ficou meio desempregada, meio boca inútil. Após o estruturalismo, só lhe restou voltar-se sobre si mesma, pensar a sua própria história, investigar o seu próprio discurso” (SANTOS, 1989, p.78-79).

<sup>35</sup> A abordagem cognitivista é aquela em que a atenção está na cognição, ou seja, no ato de (o ser humano) conhecer (o mundo). Pelos cognitivistas são investigados os processos mentais do ser humano de forma científica, tais como: percepção; processamento de informação; e compreensão. Dentre as principais teorias cognitivistas, destacam-se o construtivismo, o interacionismo e a aprendizagem significativa.

No entanto, tomando-se a linguagem em seu sentido amplo, é permitido afirmar que ela não é um privilégio humano, pois “onde houver algum tipo de ordem, codificação, transmissão de informação, processo de comunicação, aí haverá linguagem” (SANTAELLA, 1996, p.314). Sem alguma espécie de linguagem, não há transmissão de mensagens e, portanto, não há comunicação. É a partir de tais pressupostos que Santaella (2001, p.13, grifos da autora) afirma que

[...] é no homem e pelo homem que se opera o processo de alteração dos *sinais* (qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo) em *signos* ou *linguagens* (produtos da consciência). Nessa medida, o termo linguagem se estende aos sistemas aparentemente mais inumanos como as linguagens binárias de que as máquinas se utilizam para se comunicar entre si e com o homem (a linguagem do computador, por exemplo), até tudo aquilo que, na natureza, fala ao homem e é sentido como linguagem. Haverá, assim, a linguagem das flores, dos ventos, dos ruídos, dos sinais de energia vital emitidos pelo corpo e, até mesmo, a linguagem do silêncio. Isso tudo, sem falar do sonho que, desde Freud, já sabemos que também se estrutura como linguagem.

Sendo a linguagem, conforme já salientado, a base de toda comunicação, seja ela qual for, há que se destacar seu lugar privilegiado na cultura. 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 ideias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar”. Nesse mesmo sentido, especificamente ao que tange às linguagens humanas, 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”.

Nas sendas da história, as linguagens vão deixando suas marcas e, das suas imbricações, vão-se compondo outras linguagens que se apresentam como novas (e híbridas), ainda que guardem dentro de si traços das que lhes deram origem. Com o passar dos tempos, outras linguagens também vão-se somando, sem jamais pressupor o desaparecimento de alguma linguagem já existente. “Em lugar do colapso de uma mídia mais antiga perante uma nova”, afirma Motta (2010, p.111-112), o que se vê é “o surgimento de novas formas de linguagem”.

É por isso que, no mundo humano, tal como afirma Santaella (1996, p.314), as linguagens “abundam numa variedade que nunca cessa de crescer com surpreendente volatilidade”, desde suas formas mais rudimentares até as mais complexas como, por exemplo, o sistema da língua, as linguagens simbólicas das ciências exatas ou a linguagem do computador. Também, sob

esse aspecto, Lévy (2003, p.72) contribui, mencionando que “quanto mais as linguagens se enriquecem e se estendem, maiores são as possibilidades de simular, imaginar, fazer imaginar um alhures ou uma alteridade”.

Nota-se, então, que o sentido lato da palavra “linguagem” abrange um escopo tão alargado de formas sociais de comunicação e de significação que Santaella (1996, p.312) chega a postular que “tudo é linguagem”:

Se levamos o termo linguagem tão longe quanto possível, não é difícil chegarmos à conclusão de que tudo é linguagem. A mais esquemática definição de linguagem seria a de qualquer coisa que é capaz de tornar presente um ausente para alguém, produzindo nesse alguém um efeito interpretativo. Nesse sentido, até mesmo os processos perceptivos, frutos do olhar, do escutar, do apalpar, do cheirar e do degustar, aparentemente tão imediatos, já funcionam, na realidade, como linguagens, visto que tornam presente algo que está diante de nós, mas que não deixam de ser mediatizados pelo equipamento específico de nosso sistema sensório-motor e dos poderes e limitações de nossos esquemas mentais. Quer dizer, nossas percepções também são resultados de elaborações cognitivas, o que as coloca no paradigma daquilo que estou chamando de linguagem num sentido lato.

Por fim, cumpre assinalar que, devido ao fato de ser adotada nesta tese uma noção mais abrangente para linguagem, não cabe a referência explícita a todas as linguagens, exceto a língua, como uma linguagem não verbal. Santaella (1996, p.313) ressalta que o uso corrente da expressão “linguagem não verbal” faz parte do preconceito verbalista, aquele que deve ser superado, pois restringe o termo linguagem apenas à língua, ao campo da linguística. Dentro da abordagem proposta por essa autora e assimilada neste trabalho, deve-se entender a linguagem não verbal como todas as linguagens que extrapolam a fala, estando ou não, ligadas a ela. Nesse sentido, a poesia e a literatura também devem ser vistas como linguagens não verbais, uma vez que ambas não podem ser adequadamente examinadas de um ponto de vista estritamente linguístico (GARRONI, 1972, p.56).

### **3.2.Design como fenômeno de linguagem**

Design é linguagem. Essa afirmação tem sido utilizada como premissa por diversos autores que, especialmente, desde os anos de 1970, têm-se valido do referencial teórico das ciências humanas, sobretudo das ciências da linguagem, para o estudo epistemológico do design. Um apanhado de pesquisas desenvolvidas sob esse viés no cenário internacional pode ser encontrado em Bürdek (2006), que dedica uma parte considerável de seus estudos e

argumentos para uma exposição sobre as contribuições da abordagem do design como comunicação e como linguagem para a constituição de uma teoria do design<sup>36</sup>.

As primeiras tentativas de compreender o design como fenômeno de linguagem, afirma Bürdek (2006, p.283), já apontavam para suas funções comunicativas. Essa abordagem (*lato sensu*) advém do fato de se considerar o design como uma produção cultural, como fenômeno de comunicação que, portanto, se configura como tal. Nesse sentido, também Moura (2003, p.102), ao afirmar que design é linguagem, afirma que “design é cultura e também atuar com a cultura”.

Nota-se, então, que o design enquanto fenômeno de linguagem, também deve ser compreendido como fenômeno de cultura e de comunicação. Essa relação está explícita, quando Santaella (1996, p.166-167), partindo da conceituação de cultura, proposta por Eco (1971, p.3), afirma que

considerando-se que todo fenômeno de cultura só funciona culturalmente porque é também um fenômeno de comunicação, e considerando-se que esses fenômenos só comunicam, porque se estruturam como linguagem, pode-se concluir que todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido.

A partir das noções supracitadas e do pressuposto de que a atividade do designer consiste em projetar “objetos de uso e sistemas de comunicação” (BOMFIM, 1997, p.28), além de serviços<sup>37</sup>, portanto, consiste em lidar com signos e com sistemas de significação, pode-se afirmar que design é linguagem, se linguagem for entendida em seu sentido *lato*, conforme já apresentado. Então, vale destacar que, de acordo com Nojima (2008b, p.10), “a concepção do Design como linguagem não é aquela que o pensa como simples suporte para a

---

<sup>36</sup> Ver Bürdek (2006, p.280-293).

<sup>37</sup> De acordo com Bomfim (1997, p.28), os “produtos” do design são os objetos de uso e os sistemas de comunicação. Nos dias de hoje, inclui-se, também, os serviços como produtos do design. Segundo Moraes (2008, p.188, grifos nossos), “reconhece-se, hoje, que é nas atividades do *serviço* e no *design do serviço* que desponta uma das alternativas de configuração de um novo cenário possível para o design neste novo século que apenas se inicia”. Também, de acordo com o *International Council of Societies of Industrial Design – ICSID*, o “design é uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de *objetos, processos, serviços e seus sistemas* em ciclos de vida. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico” (INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN, [2001], grifos nossos).

transmissão de informações, mas a que o admite, conforme a perspectiva pragmática, como forma de ação”.

Nesse sentido, contribui Pignatari (1968, p.26) que, ao escrever sobre a etimologia da palavra *signo*, afirma que são tentadoras as relações possíveis entre *desenho*, *desígnio* “(tão patentes na palavra inglesa ‘*design*’)” e *significado*, “pois essas relações parecem confluir para o entendimento de ‘signo’ como ‘projeto significativo’, como ‘projeto que visa a um fim significativo’”. Por meio dessas palavras, Pignatari aproxima as noções de projeto e signo, aproximação esta que lhe permite abordar o design como fenômeno de linguagem. Segundo ele, considera-se “no campo do desenho industrial, o protótipo como signo (desenho, propósito, significação), para se constatar que não é arbitrário estender ao mundo dos produtos industrializados a visão da linguagem” (PIGNATARI, 1968, p.26).

Também Ferrara (2002, p.6-7) ratifica a possibilidade de se investigar o campo do design como um fenômeno de linguagem. De acordo com a autora, são várias as

modalidades produtivas do design que se entende como fenômeno da linguagem onde encontram e atritam 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 suas pesquisas, deixa 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.

Como se pode notar, compreender o design como fenômeno de linguagem tem sido uma recorrência nas investigações do campo, uma vez que possibilita a reflexão como prática sociocultural e comunicativa. De forma mais alargada, são desenvolvidas diversas pesquisas alicerçadas pelas teorias da psicologia (cognitiva e verbal), da antropologia e da sociologia, quase sempre conciliadas com as teorias semióticas, uma vez que uma parcela das pesquisas sobre o design como fenômeno de comunicação e sobre a linguagem dos produtos

tendem para uma abordagem antropológica e psicossocial dos objetos, tal como proposto por Baudrillard (2008)<sup>38</sup>.

Também, nos dias de hoje, os estudos culturais têm sido fundamentais. Mas há que se reconhecer que, para uma abordagem mais específica do design como fenômeno de linguagem, tem sido essencial o aporte teórico das ciências da linguagem, merecendo destaque as modernas teorias da semiótica, da linguística e da comunicação. Sendo assim, tornam-se indispensáveis os estudos e as conceituações propostos por teóricos como Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Louis Hjelmslev, Roman Jakobson, Roland Barthes, Umberto Eco, Charles Morris, Mikhail Bakhtin, entre outros. A esses, podem se somar os pós-estruturalistas<sup>39</sup>, por exemplo, Ludwig Wittgenstein, Michel Foucault, Jacques Derrida e Jacques-Marie Lacan, para os quais os sujeitos são sempre mediados pela linguagem<sup>40</sup>.

Mesmo considerando que alguns dos autores supracitados tenham-se dedicado à investigação da linguagem verbal, eles têm-se prestado ao estudo do campo do design, uma vez que compreender o design como linguagem, bem como se falar em linguagem não verbal, é supor algum grau de analogia, ou, ainda, operar, em alguma instância, por meio de metáforas.

---

<sup>38</sup> O pensamento de Baudrillard (2008), apresentado em *O sistema dos objetos*, busca uma compreensão do mundo da cultura por meio dos objetos, mesclando uma abordagem sociológica com a semiológica, uma vez que o autor entende os objetos como instrumentos e signos.

<sup>39</sup> Também podem se juntar a esses nomes alguns outros considerados pós-estruturalistas ou próximos a eles, como Gilles Deleuze, Jean-François Lyotard, Louis Althusser, Roland Barthes, Maurice Blanchot, Giorgio Agamben, Jean Baudrillard, Judith Butler, Félix Guattari, Julia Kristeva, Sarah Kofman, Philippe Lacoue-Labarthe e Jean-Luc Nancy. Para os pós-estruturalistas, a subjetividade está no cerne das questões, pois, a realidade é sempre interpretada por eles como uma construção social e subjetiva. De acordo com Peters (2000, p.10), “devemos interpretar o pós-estruturalismo, pois, como uma resposta especificamente filosófica ao *status* pretensamente científico do estruturalismo e à sua pretensão a se transformar em uma espécie de megaparadigma para as ciências sociais. O pós-estruturalismo deve ser visto como um movimento que, sob a inspiração de Friedrich Nietzsche, Martin Heidegger e outros, buscou descentrar as ‘estruturas’, a sistematicidade e a pretensão científica do estruturalismo, criticando a metafísica que lhe estava subjacente e estendendo-o em uma série de diferentes direções, preservando, ao mesmo tempo, os elementos centrais da crítica que o estruturalismo fazia ao sujeito humanista”.

<sup>40</sup> De acordo com Santaella (2003, p.127, grifo nosso), a compreensão pós-estruturalista da linguagem mostra-se relevante pela conexão entre linguagem e a constituição do sujeito sob as seguintes premissas: “a) os sujeitos são sempre mediados pela linguagem; b) essa mediação toma a forma da ‘interpelação’; c) nesse processo, a posição do sujeito não está nunca saturada ou fechada, mas permanece instável, excessiva, *múltipla*”.

De acordo com Leão (2005, p.15), “a metáfora, ao possibilitar a aproximação de dois mundos ou domínios heterogêneos, viabiliza uma re-descrição de um determinado assunto e oferece uma visão criativa e inesperada”. Nesse mesmo sentido, Barros (2007, p.20) afirma que a metáfora, que é a “forma externa mediante a qual se expressa ou se constitui determinado pensamento”, ajuda a reformular o próprio pensamento. Também, para Joly (2005, p.22),

a “imagem” ou a metáfora também pode ser um procedimento de expressão muito rico, inesperado, criativo e até cognitivo, quando a comparação de dois termos (explícita ou implícita) solicita a imaginação e a descoberta de pontos comuns insuspeitados entre eles.

Por fim, segundo Ferrara (2002, p.173), “analogia, ficção, metáfora, representação são termos que adquirem valor na ciência contemporânea para designar outra maneira de produzir conhecimento”. Assim, pode-se perceber que a abordagem do design como fenômeno de linguagem tem-se inserido dentro de uma proposta metodológica contemporânea que visa à investigação epistemológica do próprio campo com o auxílio do quadro teórico de outros.

Cabe ressaltar que focar o design sob o ponto de vista da linguagem não se trata de identificar a “língua” do design, mas de investigar um modelo oportuno que seja aplicado aos objetos, concebidos dentro desse campo, dentro das suas múltiplas modalidades, e que seja coerente se falar em “linguagens do design”. Assim, há que se distinguir as duas ênfases, embora dependentes, porém diferentes, que decorrem da afirmação: design é linguagem. Há que se diferenciar a possibilidade de se enquadrar o “design como um fenômeno de linguagem” da “linguagem do design” propriamente dita.

Enquanto a abordagem como fenômeno de linguagem diz respeito a uma operação metodológica, o estudo da linguagem propriamente dita remete-se à questão constitutiva, ontológica e epistemológica. Compreender o design como fenômeno de linguagem é entendê-lo como fenômeno de comunicação, ou seja, que os produtos são mensagens e/ou produzem mensagens, são constituídos por meio de signos e sistemas de signos, os quais são capazes de gerar significados. Já investigar as linguagens do design pressupõe entender como os signos se estruturam dentro desse campo.

Nota-se, então, que tais enfoques são complementares, mas não se confundem. Até aqui, tratou-se da primeira ênfase, mas torna-se fundamental percorrer as questões que dizem respeito à segunda.

### 3.3.A linguagem do design

Para Maser (1972 apud BÜRDEK, 2006, p.283), “os produtos não falam por si sós, eles são levados a falar por meio da linguagem”. Subjacente a essa afirmação está a crença de que existe pelo menos uma linguagem do design. Também a seguinte citação de Nojima (2008a, p.84, grifo da autora) revela tal existência:

No design, os processos de significação estão envolvidos em uma relação mediadora com a construção da linguagem dos produtos projetados. O sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas ideias 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.

De acordo com Bürdek (2006, p.285), o termo “linguagem do produto<sup>41</sup>” foi empregado pela primeira vez por Theodor Ellinger, em 1966, juntamente com o conceito de *informação do produto*, “pelo qual se compreende a capacidade dos objetos em transmitir, de forma ativa, informações sobre si ao mercado”. Ellinger (1966 apud BÜRDEK, 2006, p.285) afirmou que “o produto pode possuir linguagem simbólica e em multicamadas que é mais abrangente e variada do que uma linguagem verbal”. Assim, é possível perceber que, para Ellinger, a noção de linguagem já se mostrava alargada, extrapolando a ideia de língua.

Ellinger (1966 apud BÜRDEK, 2006, p.285) defende que

pertencem à linguagem do produto diversas formas de expressão como p. ex. dimensão, forma, estrutura física, estrutura física da superfície, movimento, características do material, forma de preencher a função, cores e configuração gráfica da superfície, ruídos e tons, sabor, cheiro, temperatura, embalagem, resistência a influências externas.

Bürdek (2006, p.285) pondera que essa descrição de Ellinger já se evidenciava muito abrangente, sobretudo, se comparada às pesquisas que têm sido desenvolvidas mais recentemente sobre o design do som, o olfato dos produtos ou o design háptico ou tátil. Essa conceituação vai ao encontro da linguagem em seu sentido lato, a qual se mostra mais pertinente para a investigação do campo do design. De fato, o estudo das linguagens do design pressupõe abordá-lo como mediador da relação homem-objeto, tal como

---

<sup>41</sup> Bürdek (2006, p.282) menciona que “linguagem do produto” foi uma nova designação, vinda da semiótica, por meio da obra *A linguagem da arquitetura pós-moderna*, de Charles Jencks, de 1978. Cf. Jencks (1984).

expressa Bürdek (2006, p.293). Num cenário mais alargado, Ferrara (1993, p.256) aponta a linguagem como mediadora na produção do conhecimento:

A dimensão cognitiva da linguagem é mediada por signos, porém, nessa mediação, não é possível eliminar qualquer elemento daquela relação triádica – objeto, signo e interpretante – sem que se destrua a possibilidade da própria cognição; é exatamente essa interdependência dos três elementos, que são distintos, mas inseparáveis, que assinala o caráter mediador do signo na produção do conhecimento, assim como, no domínio científico, a interação sujeito-objeto.

Sobre essa mediação dentro do campo do design, Bürdek (2006, p.293) assinala:

Com o conceito “linguagem do produto” nos anos 80, confirmou-se que o design se encarrega principalmente das relações homem-objeto, quer dizer, as ligações entre o usuário e o objeto (produtos e sistemas de produtos, veículos, projetos de interiores, design público, produtos técnicos, etc.) estão no meio dos interesses do conhecimento.

Também Bonsiepe (1997) tem investigado a linguagem do design. Ao referir-se a essa linguagem, o autor afirma que se trata da linguagem dos juízos, ou seja, das características prático-funcionais e estético-formais (BONSIEPE, 1997, p.37). Nesse mesmo sentido, de acordo com Sudjic (2010, p.21), “o papel dos designers mais sofisticados, hoje, tanto é ser contadores de histórias, fazer um design que fale de uma forma que transmita essas mensagens, quanto resolver problemas formais e funcionais”. Para Sudjic (2010, p.50), “é a linguagem do design que serve para sugerir o gênero de um objeto, muitas vezes pelo meio menos sutil, pela cor, pela forma, pelo tamanho e por referências visuais”. Ainda de acordo com Selle (1973 apud BÜRDEK, 2006, p.286), a linguagem é um meio de interpretação da realidade e a linguagem do produto permite ao consumidor possibilidades de identificar-se com ele.

Sudjic (2010, p.23) parte do pressuposto de que, para entender a linguagem do design, deve-se compreender a evolução do designer como profissional. E, nesse sentido, Escorel (2000, p.64) aborda o design como “uma linguagem nova, assim como a do cinema e a da fotografia”. Para a autora, a linguagem do design “surgiu com a indústria e a revolução por ela acarretada e que, como ambas [as linguagens do cinema e da fotografia], pressupõe a multiplicação de um original através da reprodução de matrizes” (ESCOREL, 2000, p.64).

A proposta para o estudo da linguagem do design formulada por Escorel (2000) mostra-se apropriada, pois, mesmo partindo de um referencial linguístico saussuriano, apresenta-se como uma tentativa de estender mais abstratamente

as afirmações presentes no *Curso de linguística geral*, para o campo do design. Escorel (2000, p.64) reconhece duas possibilidades de articulação na linguagem do design, sendo uma que se realiza no sentido horizontal (com propriedades combinatórias) e outra que se realiza no sentido vertical (em profundidade e que tem formas associativas). Escorel (2000, p.64) ainda propõe que “as relações combinatórias determinam os aspectos formais do produto; as relações associativas, seus aspectos simbólicos. O significado do produto, como um todo, resulta da soma desses dois aspectos ou eixos de significação”.

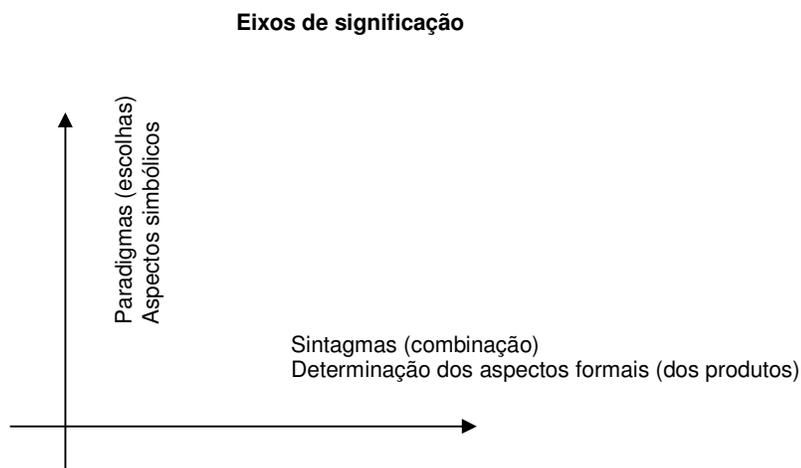


Figura 5 – Eixos de significação dos produtos, a partir de Escorel (2000) e Saussure (1969).

Fonte: do autor.

Também Niemeyer (2003, p.34) apresenta uma caracterização dos eixos sintagmático e paradigmático no contexto do design. De acordo com a autora,

Um produto é formado pela reunião de vários elementos: materiais, dimensões, proporções, pelas partes que o compõem, pela organização de suas partes, cores, acabamento etc. esse somatório se alinha segundo o eixo sintagmático.

O produto é definido pela escolha de como cada um desses elementos se apresentará. A escolha de madeira como material estrutural para uma mesa, por exemplo, implica na rejeição de todos os outros materiais, e assim sucessivamente para cada um dos elementos do eixo sintagmático. Forma-se entre os dois eixos um perfil do produto, correspondente às decisões referentes a cada um dos seus aspectos.

A alteração de um de seus paradigmas implica na mudança do produto com um todo (NIEMEYER, 2003, p.34).

Essa dupla articulação da linguagem do design, evidenciada por Escorel (2000, p.64) e Niemeyer (2003, p.34), encontra sua referência na obra de Saussure (1969, p.142-146), quando ele menciona a existência dos sintagmas e dos paradigmas. A dupla articulação é uma condição da língua; para Saussure, a língua supõe uma dupla referência: (1) a si própria, eixo horizontal, sintagmático e (2) ao conjunto definido das escolhas possíveis, dos paradigmas, uma referência vertical. O eixo sintagmático é aquele que representa as relações de contraste em que as unidades se combinam; o eixo paradigmático é o que organiza as relações de oposição em que unidades se substituem.

Sendo assim, Escorel (2000, p.65) afirma que o design enquanto linguagem se define a partir de dois grupos de inferências assim estabelecidos: (1) inferências de caráter contextual, “que seriam aquelas representadas pelas linhas dominantes de um dado momento histórico, entendido em seus aspectos sociais, econômicos, políticos, culturais e tecnológicos”; e (2) inferências de caráter pessoal, que “seriam aquelas representadas pela maneira como uma dada personalidade criadora reage a esse conjunto de linhas dominantes, oferecendo alternativas únicas para problemas comuns”.

Decorre daí a distinção entre discurso e os planos de expressão do discurso (que pode ser, por exemplo, a fala ou um texto). No entanto, essa abordagem do discurso se dá dentro de um referencial teórico da linguística, portanto, muito limitado pela compreensão da linguagem enquanto um fenômeno verbal. Mesmo no campo da linguística tradicional, o discurso assume diversas acepções que variam de acordo com os autores. Algumas dessas conceituações são explicitadas por Nöth (1995, p.332):

Benveniste preferiu o termo discurso para as mensagens escritas e faladas (...) enquanto os estudiosos alemães optaram (para tanto) pelo conceito de texto. Também a primeira tradição americana (desde Z. Harris) utilizou o conceito de discurso para este campo de estudo... Barthes e outros restringiram o conceito de texto para mensagens escritas somente. Para aqueles que aplicam esta restrição, as mensagens faladas pertencem ao domínio do discurso.

Embora haja distinções, a linguística tradicional<sup>42</sup> entende o discurso como um privilégio do emissor. Já em Bakhtin (1988), o conceito de discurso é estendido às práticas comunicativas sociais, “ganhando um largo espectro que o libertará definitivamente dos cerrados paradigmas da linguística clássica”

---

<sup>42</sup> Deve-se considerar a linguística tradicional como a ciência que estuda a linguagem verbal humana, baseada nos estudos postulados por Ferdinand de Saussure, o pai da semiologia, ou pai da linguística moderna.

(IASBECK, 1998, p.20). Também de acordo com IASBECK (1998, p.20), dentro de uma perspectiva semiótica peirceana, o discurso pode ser entendido como o “‘lugar da produção sónica’, uma vez que ele só se dá a conhecer através dos textos (agregados sónicos) que produz”.

De forma bastante geral, o discurso é social, uma vez que resulta da combinação das circunstâncias em que se produz a mensagem com a maneira pela qual se expressa (CHARAUDEAU, 2007, p.40). É a materialização das formações ideológicas; é, pois, contextual.

Dentro desse escopo teórico que revela o design como linguagem (uma vez que é tomado como verdade a conjectura de que o design é linguagem e, portanto, passível de ser estudado como fenômeno de linguagem) cabe, ainda, uma abordagem sobre quatro pontos distintos, mas intimamente imbricados: sua relação com o pensamento, como forma simbólica, como ideologia e como visão de mundo.

### **3.4. Quatro pressupostos do design como linguagem**

Até aqui, foi trazida à baila a trajetória histórica dos estudos da linguagem, a partir da pergunta “o que é linguagem?”, para evidenciar duas respostas possíveis: uma mais restrita e outra mais ampla. Nesta tese, é dentro da noção mais alargada que se enquadra o design como fenômeno de linguagem.

Cabe ressaltar que, durante a pesquisa, foi mantido o afastamento das tentativas de transpor literalmente os conceitos do campo da linguística para o campo das linguagens não verbais, mas mostra-se pertinente a afirmativa de Escorel (2000) de que o design se compõe a partir da existência de dois grupos de inferências, o contextual e o individual. Ao considerar que a linguagem do design se constitui a partir da dialética entre o social e o individual, evidenciam-se quatro pressupostos, que se mostram fundamentais para essa abordagem, a saber: (1) design é pensamento; (2) design é uma forma simbólica; (3) design é ideologia; e (4) design é visão de mundo. Essas evidências vinculam o design ao contexto de sua produção. As seguintes palavras de Sudjic (2010, p.49) servem de preâmbulo para a contextualização específica dos pressupostos:

O design, em todas as suas manifestações, é o DNA de uma sociedade industrial – ou pós-industrial, se é isso que temos hoje. É o código que precisamos explorar, se quisermos ter uma chance de entender a natureza do mundo moderno. É um reflexo de nossos sistemas econômicos. E revela a marca da tecnologia com que temos de trabalhar. É um tipo de linguagem, e é reflexo de valores emocionais e culturais.

O que torna essa visão do design realmente atraente é a noção de que há algo a entender sobre os objetos além das questões óbvias de função e finalidade. Isso sugere que há tanto a ganhar, explorando-se o significado dos objetos quanto considerando o que fazem e o visual que têm.

O design é a linguagem que uma sociedade usa para criar objetos que reflitam seus objetivos e seus valores podem ser usados de formas manipuladoras e mal-intencionadas, ou criativas e ponderadas. O design é a linguagem que ajuda a definir, ou talvez, sinalizar valor.

### 3.4.1. Design é pensamento

A articulação entre linguagem e pensamento tem sido historicamente investigada por diversos campos do saber. Mais pragmaticamente, contribuem, além dos estudos empreendidos dentro das ciências cognitivas, as pesquisas do campo das ciências da linguagem. Para a semiótica, a noção de que “linguagem é pensamento” é essencial, pois, como bem apontou Peirce (apud FERRARA, 2007, p.6), “não podemos pensar sem signos”, pois, “quando, então, pensamos (...) surgimos como signo” (PEIRCE, 1980, p.73). Também de acordo com Peirce (apud ARMENGAUD, 2006, p.26), “é errôneo dizer simplesmente que uma boa linguagem é necessária para bem pensar, visto que ela é a própria essência do pensamento”. Portanto, “dizer que não há ideias fora dos quadros da linguagem implica afirmar que não há pensamento sem linguagem” (FIORIN, 2009, p.33).

Dondis (2007, p.14) 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*”. Também Santaella (2005a), baseada na fenomenologia e na semiótica peirceanas, aponta para a relação inseparável entre linguagem e pensamento. Uma vez que, de acordo com Peirce, todo pensamento se dá em signos, Santaella (2005a, p.56) elucida que, para que a ponte entre pensamento e linguagem fique mais evidente, é preciso “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, 2005a, p.56).

Nesse mesmo sentido, Viégas (2004, p.7) indica 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 Ferrara (2002, p.37), ao levar em consideração as relações entre pensamento e linguagem, 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.

Para Plaza (2003, p.19), a linguagem funciona como meio para extrojetar o pensamento, o qual existe na mente como signo, em estado de formulação. “Pensamento e linguagem são atividades inseparáveis: o pensamento influencia a linguagem e esta incide sobre o pensamento” (PLAZA, 2003, p.19).

A mediação do mundo pelo signo não se faz sem profundas modificações na consciência, visto que cada sistema-padrão de linguagem nos impõe suas normas, cânones, ora enrijecendo, ora liberando a consciência, ora colocando a sua sintaxe como moldura que se interpõe entre nós e o mundo real. A expressão de nossos pensamentos é circunscrita pelas limitações da linguagem (PLAZA, 2003, p.19).

Também, de acordo com Plaza (2003, p.20),

o pensamento traduzido em linguagem atravessa os polos concreto e abstrato da realidade e, como principal instrumento de comunicação, as linguagens são também modelos de translação. A linguagem é o principal instrumento de recusa humana em aceitar o mundo como ele é. Sem a possibilidade de translação, ficaríamos para sempre no presente.

Como se vê, a linguagem manifesta-se como constituição da própria condição humana e tem ocupado um lugar tão relevante em nossa cultura que Santaella (1998, p.30) chega a afirmar que “é a linguagem a única e grande forma de síntese de que dispomos para a ligação entre o exterior e o interior”. Sendo assim, se design é linguagem, ele também carrega consigo essas propriedades e funciona como mediador para apreensão do mundo. Os produtos do design, entendidos como signos, estabelecem relações entre o mundo e os homens e os ajudam a pensar sobre si e sobre o próprio mundo. Para Sudjic (2010, p.21), “os objetos são nossa maneira de medir a passagem de nossas vidas. São o que usamos para nos definir, para sinalizar quem somos, e o que não somos”. Sudjic (2010, p.21) ainda afirma, “e o design passou a ser a linguagem com que se molda esses objetos e confecciona as mensagens que eles carregam”.

Por fim, vale salientar que “não há, porém, identidade entre linguagem e pensamento, o que há é indissociabilidade de ambos, que não se apresentam jamais de uma forma pura” (FIORIN, 2009, p.34). É assim que Vygotsky (2007) concebe a relação linguagem/pensamento: distintos, mas inseparáveis.

### 3.4.2.O Design é uma forma simbólica<sup>43</sup>

Ao se atribuir ao design a condição de linguagem, pode-se, também, afirmar que ele se configura como uma forma simbólica. Evidenciar o design como uma forma simbólica significa entendê-lo como uma convenção e, portanto, como uma construção. Tal como propôs Panofsky (1999), ao considerar a perspectiva como uma forma simbólica, também o design pode ser pensado sob essa condição.

Cabe lembrar que Panofsky (1999) se apropria da noção de “forma simbólica”, trabalhada por Cassirer (1994; 2001), a qual é utilizada para designar as grandes construções intelectuais e sociais pelas quais o homem se relaciona com o mundo: a linguagem<sup>44</sup>, o mito, a religião, a história e a arte, uma modalidade particular de simbolização. Pode-se inferir que os objetos e os espaços projetados dentro do campo do design também cumprem o papel de mediação entre os homens e o mundo, portanto, atuam como formas simbólicas.

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, grifos do autor).

Ao se adotar o design como forma simbólica, fica estabelecida sua conceituação, a partir de um ponto de vista histórico, ou seja, se é levado 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”<sup>45</sup>. No entanto, cabe ressaltar que a configuração de objetos de uso e sistemas de informação, ou

---

<sup>43</sup> As questões tratadas nesta seção estão publicadas em Braidão (2009).

<sup>44</sup> Vale ressaltar que, para Cassirer (2001), linguagem é sinônimo de língua.

<sup>45</sup> Conforme já mencionado, nos dias de hoje, também os serviços são incluídos como produtos do design.

seja, esse ato de informar (dar forma), para recuperar as palavras de Flusser (2007, p.12), não é “natural”.

Perscrutando a trajetória do design, dentro de uma perspectiva temporal, Bomfim (2005, p.2) lembra que ao longo da história, a configuração de artefatos teve três fases características, além da atual (a fase pós-industrial), “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 linguagem inata ao ser humano, portanto uma construção artificial, a qual carrega as questões simbólicas da cultura que é, também, construída, bem como Argan (1992) 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 projeto*<sup>46</sup>, constitui praticamente um truísmo e, partindo-se da premissa de que o projeto é invenção, conseqüentemente, se é conduzido a propor que os objetos do design também são invenções. E, nesse sentido, também se pode dizer que o design não existiu desde sempre, que ele representa uma visão de mundo particular e que tem participado da construção do mundo, tal como concebido nos dias de hoje, desde a Revolução Industrial.

Conceituando o design como uma atividade projetiva, Leite (1997) adota uma postura que vai ao encontro do pensamento de Argan: o “design pode ser compreendido como a base das atividades projetivas relacionadas ao habitat humano. Tudo o que se oferece à nossa visão<sup>47</sup> é construído, não é natural. E construído de acordo com algum critério”. Nesse sentido, não é somente através do design que são aceitos os objetos como artificiais, mas o próprio design é um artifício.

Cabe lembrar que a linguagem, de acordo com Cassirer (1994), é constituída por todo um sistema de símbolos que está apto a servir como meio de comunicação entre os homens. A abordagem do design como uma forma simbólica se funde, portanto, na sua abordagem como fenômeno de linguagem, e assim, como fenômeno de cultura e de comunicação. Sendo os objetos do

---

<sup>46</sup> Definir design como projeto ou planejamento torna-se possível, ao ser abordado o termo a partir de um ponto de vista etimológico. A palavra inglesa *design*, que significa genericamente “planejamento”, é de origem latina, *designare*.

<sup>47</sup> À visão, mencionada por Leite (1997), também se pode adicionar os demais sentidos tradicionais: audição, tato, olfato e paladar.

design enunciados e portadores de mensagens, expressões individuais intimamente relacionadas ao contexto social, não se pode ver o design como inocente ou inconsequente, pois, de acordo com Santaella (1996, p.330), “linguagens não são inocentes nem inconsequentes. Toda linguagem é ideológica, porque, ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata<sup>48</sup>”.

### 3.4.3. Design é ideologia

Ideologia, de acordo com Chauí (1983, p.106; 2000, p.171), é um conjunto de representações e uma das formas da práxis social. A ideologia, ao partir “da experiência imediata dos dados da vida social, constrói abstratamente um sistema de ideias ou representações sobre a realidade” (CHAUÍ, 1983, p.106). Sendo a linguagem uma prática social, e uma representação, ela é, portanto, ideológica. Esta é uma premissa utilizada por Bakhtin (1988), em *Marxismo e filosofia da linguagem* para o estudo da linguagem como fenômeno ideológico.

Também Ferrara (2007, p.28), ao abordar o tema da linguagem e ideologia de um ponto de vista cuja abordagem é o da semiótica, afirma que “todo processo de representação é ideologicamente informado, visto que é sempre parcial e seletiva toda representação do objeto de um signo”.

Ora, ao construir qualquer sistema de representação do universo na busca incessante da sua compreensão, o homem interfere nesse objeto conforme as suas possibilidades repertoriais de entendê-lo, de percebê-lo, logo os signos que produz para representar essa percepção vêm carregados de força ideológica, visto que é através deles que se faz entender. Multiplicam-se as ideologias, conforme são distintos os indivíduos que se esforçam para representar o universo; os indivíduos e os signos por eles criados (FERRARA, 1993, p.268).

Cabe, mais uma vez, retornar ao exemplo da perspectiva, com pontos de fuga determinados, enquanto uma linguagem emergida no Renascimento, para a compreensão do seu caráter convencional e para pensar o design como uma

---

<sup>48</sup> Essa afirmação de Santaella encontra respaldo em Machado (1984, p.22-23), ao propor que “os signos são materialidades viabilizadas por instrumentos e enunciadas por sujeitos. Esses instrumentos, esses sujeitos, juntamente com os sinais materiais que eles constroem, se interpõem na produção de signos, com elementos de refração da realidade, elementos que interpretam, reformulam, transmutam os sentidos, segundo a especificidade de sua realidade material, sua história e seu lugar na hierarquia social”.

convenção, uma linguagem cientificamente<sup>49</sup> sistematizada após o 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 se pode furta de pensar que o design é, no mínimo, política e ideologicamente formado e informado. Parece, portanto, pelo menos em parte, um despropósito, Deforges (1994, p.15) clamar “por um design ideológico”, uma vez que, sendo linguagem e configurado como fenômeno de comunicação, o design não é neutro, ou seja, é ideologicamente informado.

Barros (2004, p.50) corrobora o que foi exposto, ao afirmar que

é fácil concluir que nenhuma comunicação é neutra ou ingênua, no sentido de que nela estão em jogo valores ideológicos, dos sujeitos da comunicação. Em outras palavras, as relações entre sujeitos são marcadamente ideológicas e os discursos que circulam entre eles e que estabelecem os laços de manipulação e de interação são, por definição, também ideológicos, marcados por coerções sociais.

Segundo Japiassu (1991, p.160), “historicamente, por detrás da ciência, da técnica e da indústria [por que não acrescentar *do design?*] há homens com suas representações, com suas estruturas mentais, com suas atitudes, com suas convenções e com seus mitos socioculturais”.

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 ideias e as crenças, por meio das quais, assimilamos os fatos materiais do cotidiano e nos ajustamos a eles”. Afinal, como bem afirmou Fiorin (2009, p.55), “a linguagem tem influência sobre os comportamentos do homem”.

---

<sup>49</sup> Sobre o cientificismo no Design, ver, especialmente, a história da Escola de Ulm (Hochschule für Gestaltung Ulm ou HfG Ulm). Conferir, por exemplo, Souza (2008, p.95-102), capítulo 8, intitulado *A Escola de Ulm e a estética científica*.

### 3.4.4. Design é visão de mundo

Admitir que o design é ideologicamente informado é compreender que tal prática constitui (e é constituída dentro de) uma visão de mundo. Nesse sentido, Fiorin (2009, p.32) afirma que “uma formação ideológica deve ser entendida como a visão de mundo de uma determinada classe social, isto é, um conjunto de representações, de ideias, que revelam a compreensão que cada uma dada classe tem do mundo”. Costa (2010, p.50) apresenta que

Nesbitt, citando o crítico Hal Foster em *(Post) modern polemics*, afirma que tanto a história e sua representação quanto o sujeito e a sua linguagem demonstram ser construções mentais formadas com as representações sociais vigentes, em vez de seu simples reflexo (...).

Fiorin (2009, p.32), partindo de um marco teórico que estabelece uma relação inseparável entre linguagem e pensamento, também afirma que “como não existem ideias fora dos quadros da linguagem, entendida no seu sentido amplo de instrumento de comunicação verbal ou não verbal, essa visão de mundo não existe desvinculada da linguagem”.

Se for aqui admitida como verdade que, conforme afirma Fiorin (2009, p.53), a linguagem cria a imagem do mundo, mas é também produto social e histórico, pois a linguagem criadora de uma imagem do mundo é também uma criação desse mundo, pode-se verificar que o design não só tem povoado o mundo de imagens, mas se apresenta como imagem do mundo. A respeito dessa propriedade de criação de imagens, inerente às linguagens, Fiorin (2009, p.52) também menciona que

os filósofos idealistas sempre afirmaram que a linguagem cria uma imagem de mundo. Que querem dizer esses filósofos com essa afirmação? A linguagem contém uma visão de mundo, que determina nossa maneira de perceber e conceber a realidade, e impõe-nos essa visão. A linguagem é como um molde, que ordena o caos, que é realidade em si. Como a linguagem dá forma a esse caos, determinando o que é uma coisa, um acontecimento etc., cria uma imagem ordenada do mundo.

Enquanto uma invenção moderna, uma convenção, o design tem influenciado a visão de mundo, reflete também uma *weltanschauung*<sup>50</sup>, tendo se tornado mais um meio pelo qual se pode apreender o universo contemporâneo. É, pois, pelo design que os objetos têm sido configurados. Também, pelo design, têm se dado muitos dos processos de subjetivação e de reconhecimento do mundo. Nesse sentido, Sudjic (2010, p.51) afirma que o design “é uma

---

<sup>50</sup> “*Weltanschauung*” é uma palavra de origem alemã que significa literalmente “visão de mundo”.

linguagem que evolui e modifica seus significados tão depressa como qualquer outra. Pode ser manipulada com sutileza e inteligência, ou com obviedade canhestra. Mas é a chave para entender o mundo feito pelo homem”.

Nesse mesmo sentido, Löbach (2007, p.76) identifica relações entre as formas de vida dos homens e os tipos de satisfação de suas necessidades com as formas do entorno material sintetizada, por exemplo, nos produtos industriais, que podem ser representadas assim:

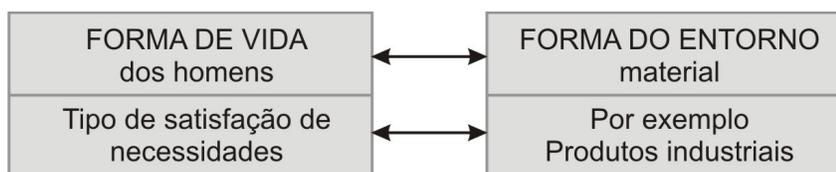


Figura 6 – Movimentos de adaptação entre a vida e o entorno.  
Fonte: Löbach (2007, p.76).

Corroborar também a seguinte observação de Forty (2007, p.127): “olhar a variedade de bens ilustrados nos catálogos dos fabricantes, lojas de departamentos e firmas de reembolso postal do século XIX é observar uma representação da sociedade”. E essa representação é válida tanto para os produtores quanto para os usuários, pois, “por meio do design de canivetes, relógios, roupas e móveis para satisfazer todas as posições e situações sociais, pode-se perceber a composição da sociedade tal como os industriais a viam e como seus clientes aprenderam a vê-la” (FORTY, 2007, p.127-128).

Também sobre a relação entre design e visão de mundo, Sudjic (2010, p.50) pondera:

Como se sabe, não é só o que o design significa que conta — o “porque”, por assim dizer. O “como” é uma forma igualmente poderosa de entender o mundo físico, material — sobretudo porque as tecnologias e as técnicas continuam evoluindo e se expandindo. Combinando essa perspectiva tecnológica com uma apreciação do contexto cultural em que o design atua, temos uma forma particularmente vigorosa de olhar o mundo e entendê-lo.

Enfim, como bem ressaltaram Almeida Junior e Nojima (2010, p.15), “como um acontecimento de linguagem, os mais diversos discursos dos produtos resultantes dos processos do Design modelam e orientam, retificam e reorientam a paisagem cultural da vida cotidiana”.

#### 4. O híbrido na contemporaneidade



*Gosto mais dos elementos híbridos do que dos “puros”, mais dos que são fruto de acomodações do que dos “limpos”, distorcidos em vez de “diretos”, ambíguos em vez de “articulados”, perversos tanto quanto impessoais, enfadonhos tanto quanto “interessantes”, mais dos convencionais do que dos “inventados”, acomodaticios em vez de excludentes, redundantes em vez de simples, tanto vestigiais quanto inovadores, inconsistentes e equívocos em vez de diretos e claros*

(VENTURI, 1995, p.1-2).

## 4. O híbrido na contemporaneidade

O texto de Robert Venturi intitulado *Complexidade e contradição em arquitetura*, datado, originalmente, de 1966, inaugura, no campo da atividade projetual, uma discussão sobre a complexidade e a contradição, conceitos basilares do pensamento contemporâneo<sup>51</sup>. Ao expor seu gosto pelos elementos híbridos, complexos e contraditórios, Venturi, em seu “suave manifesto”<sup>52</sup>, faz um convite (intimação) ao leitor para deixar de intimidar-se pela “linguagem puritanamente moralista” moderna ortodoxa.

Referindo-se, especificamente, aos arquitetos (projetistas ou designers) modernistas, como Le Corbusier (1887-1965) e Frank Lloyd Wright (1867-1959), Venturi (1995, p.3) afirma que “em seu papel de reformadores, defenderam com veemência puritana a separação e exclusão de elementos, em vez da inclusão de vários requisitos e justaposições”. Venturi assume, então, um discurso marcadamente contemporâneo (mais recorrentemente identificado como pós-modernista), o qual questiona o purismo (formal) e a doutrina do “menos é mais”, em prol de um hibridismo.

Costa (2010, p.38) sintetiza, assim, o contexto no qual se insere Venturi e os seus contemporâneos críticos (pós-modernistas):

A descrença generalizada em visões unitaristas, redentoras e universalizantes abriu caminho para a consideração da complexidade inerente à época moderna, que, no pós-moderno, se traduz em mobilidade, liquidificação, esgarçamentos, fragmentações e diversidades que colocam as fronteiras em xeque e valorizam as interfacialidades disciplinares e conceituais.

Recorrendo às palavras de Alexander, Venturi (1995, p.3) caracteriza o período do advento de novos paradigmas, enfatizando que “agora a nossa posição é diferente: ‘Ao mesmo tempo que os problemas aumentam em

---

<sup>51</sup> Embora Canevacci (1996, p.59) faça uma severa crítica ao pensamento de Venturi, afirmando que “contra ele deve ser enxertado o desconstrucionismo de Libeskind”, Venturi não pode deixar de ser citado como um dos precursores do discurso sobre o hibridismo no âmbito do projeto.

<sup>52</sup> O título do primeiro capítulo é: *Arquitetura não direta: um suave manifesto*. Cf. Venturi (1995, p.1-2).

quantidade, complexidade e dificuldade, também mudam mais rapidamente do que antes' [(ALEXANDER, 1964, p.4)] (...)."

É, pois, do confronto das ideias lançadas por diversos pensadores (críticos) do final dos anos de 1960, especialmente após 1970, com aquelas já estabelecidas ao longo do século XX, que se constrói o pensamento contemporâneo. Nesse sentido, Costa (2010, p.42, grifos nossos) aponta que, do esgarçamento pós-modernista, emerge "uma atividade criativa, projetual, conceitual e crítica – que atende pelo caráter multicultural, facetado, alargado e complexo – anteriormente identificada como pós-modernista e *atualmente denominada contemporânea*".

A partir das palavras de Venturi, tomadas como epígrafe, e de uma gama de outros autores arrolados ao longo deste capítulo, evidencia-se que o vocábulo "híbrido" se apresenta como uma chave para a compreensão da contemporaneidade. Busca-se uma resposta, ainda que aproximada, para a seguinte questão colocada por Madeira (2008, p.61, grifos nossos): "O que torna 'híbrido' numa palavra, mais ou menos adequada, para descrever os fenômenos que resultam deste intenso apelo à *mistura que caracteriza a nossa sociedade contemporânea?*".

Este capítulo dedica-se, portanto, a delimitar o emprego do termo híbrido, para enquadrá-lo dentro do campo do design, descortinando-o como uma categoria analítica possível para a compreensão do nosso tempo e de um vasto universo da produção atual do design. Afinal, comunga-se, nesta tese, com o pensamento de Costa (2010, p.80) quando afirma que o *híbrido* é um dos conceitos fundamentais para análise crítica do design, das artes e da arquitetura contemporâneos.

#### **4.1.Sobre o híbrido**

Canclini (2003, p.xix), ao revisitar sua abordagem para as identidades repensadas a partir da hibridização, evidencia a necessidade de se discutir se o "híbrido" mostra-se como um bom ou mau vocábulo para sua pesquisa e afirma que "não basta que [esta palavra] seja muito usada para que a consideremos respeitável". Embora a direção do discurso de Canclini (2003) siga rumo à ratificação da palavra "híbrido" como um conceito para se compreender o mundo contemporâneo, o que o autor sinaliza é que seu uso se tornou tão recorrente nas últimas décadas, que há que delimitá-la, sempre que empregada, sobretudo,

quando se trata de atribuir-lhe novos significados em outros campos que não o da biologia<sup>53</sup>.

No entanto, antes que sejam evidenciados os limites que tal conceito apresenta nesta tese, faz-se necessário compreendê-lo dentro de um contexto mais amplo, de uma história longa, e reconhecer suas raízes etimológicas, além de evidenciar como os diversos autores têm-se apropriado da palavra *híbrido* e de suas variações *hibridez*, *hibridismo*, *hibridação* ou *hibridização*.

#### 4.1.1.Origens do termo

A etimologia da palavra *híbrido*, cuja origem se encontra na palavra grega *hybris*, significa “tudo o que excede a medida, excesso; orgulho, insolência; ardor excessivo, impetuosidade, exaltação; ultraje, insulto, injúria, sevícia; violência [(MACHADO, 1967 apud MADEIRA 2008, p.33)]”. Mas, com a tradução da palavra para o latim, *hybrida* assume o significado de *abastado*. De acordo com Ceia (2010), “considera-se híbrida a composição de dois elementos diversos anormalmente reunidos para originar um terceiro elemento que pode ter as características dos dois primeiros reforçadas ou reduzidas”. Essa origem etimológica foi responsável pelo fato de serem consideradas como sinônimas as palavras irregular, anômalo, aberrante, anormal, monstruoso, etc.

Madeira (2008, p.33-34, grifos nossos), ao aprofundar sua incursão etimológica para o vocábulo, relata:

Assim, o modo “híbrido” é construído na confluência dessas origens em 1596, por Hulsius. Os seus significados já tinham, no entanto, a sua representação em várias figuras da mitologia, desde logo a própria *Hybris*, a deusa que personificava, para os gregos, o exagero e a insolência. Mas, também, uma série de seres fabulosos, verdadeiros compósitos de uma natureza *mista*, na medida em que eram constituídos pela mistura de animais de diferentes espécies, como os *Grifos* (animais com cabeça de águia e garras de leão), ou por uma combinação de animais com humanos, como os *Centauros* (homem com corpo de cavalo), os *Sátiros* (*mistura* de homem e bode), os *Cinocéfalos* (homens com cabeça de cão), ou mesmo o *Minotauro* (homem com cabeça de touro).

---

<sup>53</sup> No campo da biologia, a palavra “híbrido” se refere ao que é originário do cruzamento de espécies diferentes.



Figura 7 – Seres fabulosos (híbridos).

(1) *Grifos*. Disponível em: <<http://www.hierophant.com.br/arcano/uploads/Alexandre/gryphon.jpg>>. Acesso em: 20 out. 2011.

(2) *Centauros*. Disponível em: <[http://2.bp.blogspot.com/\\_GEZhuS9aVSA/S6IWEUI1e2I/AAAAAAAAABE8/qlfw4r-FAZc/s320/Centauro-thumb.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_GEZhuS9aVSA/S6IWEUI1e2I/AAAAAAAAABE8/qlfw4r-FAZc/s320/Centauro-thumb.jpg)>. Acesso em: 20 out. 2011.

(3) *Minotauro*. Disponível em: <[http://2.bp.blogspot.com/-LHi\\_\\_cOPf3I/TaHTgCKu8QI/AAAAAAAAAhA/bgbwllxe-H4/s1600/Minotauro.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-LHi__cOPf3I/TaHTgCKu8QI/AAAAAAAAAhA/bgbwllxe-H4/s1600/Minotauro.jpg)>. Acesso em: 20 out. 2011.

#### 4.1.2. Da biologia aos demais campos: conceitos múltiplos

Madeira (2008, p.31) para exemplificar a multiplicidade de empregos da palavra “híbrido” e, portanto, a sua suposta imprecisão, recorre à proposição do sociólogo Bruno Latour de ler “as notícias de um qualquer jornal diário, onde a denominação de híbrido tem aparecido frequentemente como a palavra possível para definir todo o tipo de fenômenos vagos, imprecisos e variáveis”.

De acordo com Madeira (2008, p.21),

apesar da banalização do termo e da proliferação das coisas híbridas, o híbrido não traduz um conceito simples: ele deixa muito por precisar, necessita ser explicado nos seus pormenores. Também não se apresenta pacífico, pairam sobre ele várias interpretações, uma desconfiança antiga sobre a sua suposta infertilidade (que parece ser desmentida face à sua intensa proliferação). Mas isso não faz dele um mau conceito, antes um conceito abrangente que define um processo dinâmico.

Desde as últimas décadas do século XX, pode-se observar a utilização da palavra “híbrido” e suas variações em contextos muito diversificados, podendo designar, além da sua inserção na biologia, os processos de miscigenação étnica de globalização e de superação de fronteiras (CANCLINI, 2003), passando por fusões entre as artes, a literatura e os meios de comunicação (BAKHTIN, 1988; MCLUHAN, 1971; MARTÍN BARBERO, 2001; PLAZA, 2003;

LÉVY, 2005), chegando às misturas de linguagens, promovidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, pelas tecnologias digitais, mais especificamente, pelo uso do computador e da internet (MACHADO, 2008; SANTAELLA, 2005b; SANTAELLA, 2010).

Madeira (2008, p.32-33) oferece uma extensa lista de possíveis sinônimos para o termo “híbrido” e para os processos de hibridização em diversos campos de pensamento e atividade humanos:

Desde as ciências da vida, a biologia e a botânica, consideradas territórios embrionários para o termo, com o exemplo quase *monumento* dos mares — produto híbrido que resulta do acasalamento do cavalo/égua com o burro/burra —, ou das enxertias produzidas nas plantas, com a genética na sua sequência, até, num deslocamento e alargamento, às ciências sociais onde a palavra veio traduzir, com origens tão diversificadas e, por vezes, tão aparentemente distantes, uma multiplicidade de objetos, que advindos de fenômenos de hibridação mitológicos, religiosos, étnicos, linguísticos, culturais, artísticos, tecnológicos, etc. têm gerado vários sinônimos deste processo como as monstruosidades (mitológicas); sincretismo (originariamente aplicado à religião mas, depois, também na linguística e estudos culturais, em geral); mestiçagem (história e antropologia); crioulização (também na antropologia, mas principalmente na linguística); fusão, contaminação, *collages*, *samplers* (nas artes); entre outros, ainda que indiretos, como periferias e fronteiras (na geografia, mas recentemente também na análise de fenômenos culturais) ou mesmo *performance*, instalações, *ready made* (para definir coisas um pouco mais específicas nas artes), até às novas áreas disciplinares (Engenharias do Ambiente, etc.), gêneros organizacionais (organizações híbridas na gestão, nos governos), gêneros culinários (a cozinha híbrida), até aos *cyborgs* (organismos cibernéticos que fazem a combinação entre humanos ou animais e as tecnologias) e identidades híbridas (estilos de vida).

Como se percebe, a palavra “híbrido” saiu de seu reduto biológico de origem e tornou-se, praticamente, um paradigma para a descrição e a compreensão do mundo contemporâneo. Esse vocábulo veio a substituir, em muitos casos, “sincretismo” predominantemente no contexto das religiões, “mestiçagem” e “crioulização”, em história e antropologia, e “fusão”, em contextos como os da música e da linguística. Embora esses termos ainda continuem sendo empregados por diversos autores, Canclini (2003, p.xxix) observa que “a palavra hibridização aparece mais dúctil para nomear não só as combinações de elementos étnicos ou religiosos, mas também a de produtos das tecnologias avançadas e processos sociais modernos ou pós-modernos”<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup> Nesta tese optou-se, sempre que possível, pelo emprego do vocábulo contemporâneo e não do pós-moderno, em razão de não se vincular as reflexões da pesquisa a uma postura ideológica ou conceitual identificada como tipicamente pós-moderna. No entanto, preservou-se o termo pós-moderno nas citações de autores cujo pensamento se enquadra especificamente dentro dessa corrente.

Então se pode depreender que o emprego do vocábulo “híbrido” e suas variações se mostram mais flexíveis e abrangentes que outros como “sincretismo”, “mestiçagem”, “miscigenação”, “fusão” ou demais palavras que representem quaisquer misturas particulares. A palavra “híbrido” se mostra livre o suficiente de uma tradição histórica e, portanto, abrange uma gama bastante variada de fenômenos na contemporaneidade.

#### 4.1.3. Hibridismo como mistura, heterogeneidade e multiplicidade

Ao se buscar os significados dicionarizados para o termo “híbrido” e suas variações, encontram-se definições diversas, aplicadas, por exemplo, às ciências sociais, à física, à química, à linguística e à própria biologia. Sobre essas variações, Santaella (2010, p. 82) afirma:

No sentido dicionarizado, “hibridismo” ou “hibridez” designa uma palavra que é formada com elementos tomados de línguas diversas. “Hibridação” refere-se à produção de plantas ou animais híbridos. “Hibridização”, proveniente do campo da física e da química, significa a combinação linear de dois orbitais atômicos correspondentes a diferentes elétrons de um átomo para a formação de um novo orbital. O adjetivo “híbrido”, por sua vez, significa miscigenação, aquilo que é originário de duas espécies diferentes. Na gramática, esse adjetivo refere-se a um vocábulo que é composto de elementos provindos de línguas diversas.

Diante de tais variações e multiplicidade de significados, pode-se constatar que há uma noção que abarca todas as significações, qual seja: a *mistura* de elementos diferentes para a formação de um novo elemento, ou a composição de um terceiro elemento, a partir de, no mínimo, dois outros distintos. Nota-se que é patente a noção de *mistura*, com vistas a se criar algo novo. Madeira (2008, p.32) corrobora essa noção ao afirmar que qualquer uma das diversas entradas de que se parta no dicionário “a definição sobre o híbrido designa sempre um objeto, estrutura ou prática que resulta de um cruzamento entre coisas; de ordens distintas”. Também Santaella (2010, p.82, grifo nosso), nesse mesmo sentido, afirma que “o que há em comum ao sentido de todas essas formações de palavras é a *mistura* entre elementos diversos para a formação de um novo composto”.

Conforme se pode notar, especialmente a partir dos significados presentes na etimologia da palavra, a noção de mistura é inerente à palavra híbrido, desde suas origens. “O híbrido *mistura* cores, ideias e textos sem anulá-los”, afirma

Schüler (1995 apud CEIA, 2010, grifo nosso). Assim, pode-se afirmar que hibridismo é mistura.

Ainda podem ser descortinadas, nas entrelinhas das definições, as noções de “multiplicidade” e “heterogeneidade”. “Multiplicidade” é, inclusive, um dos conceitos-chave, propostos por Calvino (2007) nos fins do século passado, ao elaborar suas *Seis propostas para o próximo milênio*. Multiplicidade é uma das características que, segundo Calvino (2007, p.121), marcaria as artes, sobretudo a literatura, no século XXI, por se tratar do estabelecimento de “uma rede de conexão entre os fatos, entre as pessoas, entre as coisas do mundo”.

Também Machado (2008), ao abordar o tema do hibridismo dos meios de comunicação, em *Arte e mídia*, lembra-se de Calvino e, reportando-se à questão da multiplicidade, afirma que,

se for possível reduzir a uma palavra o projeto estético e semiótico que está pressuposto em grande parte da produção audiovisual mais recente, podemos dizer que se trata de uma procura sem tréguas dessa *multiplicidade* que exprime o modo de conhecimento do homem *contemporâneo* (MACHADO, 2008, p.73, grifos nossos).

Ainda sobre a multiplicidade, Machado (2008, p.75) expõe:

A multiplicidade nos coloca cara a cara com o que se convencionou chamar de segundo barroco ou neobarroco, tendência geral da arte e dos meios contemporâneos caracterizada pela recusa das formas unitárias ou sistemáticas e pela aceitação deliberada da pluridimensionalidade como categorias produtivas no universo da cultura.

Para além da noção de multiplicidade, a palavra hibridismo também se relaciona com a noção de heterogeneidade. Embora Bicudo (2003) associe a noção de “hibridismo” à de “mestiçagem”, principalmente quando se lembra das palavras de Ribeiro (1995), em *O povo brasileiro*, afirmando que o mestiço é o futuro, sua conceituação também contribui para a aproximação entre “hibridismo” e “heterogeneidade”. De acordo com Bicudo (2003, p.3, grifos nossos), “o híbrido ou mestiço é fruto de uma *mistura de heterogêneos*, que se torna homogênea sem que suas partes se unifiquem. Mais que isso, uma mistura que mantém as características de suas matrizes, não havendo uma sobreposição facilmente perceptível”.

Nota-se, assim, que os processos de hibridização não necessariamente chegam a propiciar fusões completas ou misturas em que não seja possível identificar as substâncias de base, ou os elementos misturados. Nesse sentido, Machado (2008, p.78) afirma que os processos de hibridização “são processos de interseção, de transações e de diálogo, implicam movimentos de trânsito e provisoriamente, implicam também as tensões dos elementos híbridos

convergidos, partes que se desgarram e não chegam a fundir-se completamente”.

Nesse mesmo sentido, Madeira (2010, p.32) afirma que na coisa híbrida há sempre uma estrutura composta por dois núcleos complementares, sendo um fixo que traduz a coisa e o seu processo de hibridação e um outro que é variável e que reporta ao seu tipo. Portanto, a especificidade da coisa híbrida se encontra exatamente na junção destes dois núcleos.

Ainda, sobre o vínculo do híbrido com a heterogeneidade, Madeira (2008, p.64, grifo nosso) discorre:

O mestiço e, também, o monstro têm subjacente o *heterogêneo*, a diversidade de elementos que desde a sua origem, como acontece com o embrião, resultam da fusão de outras origens que, por sua vez, remetem, cada qual, para ainda outras, num processo contínuo cuja gênese é, muitas vezes, difícil de precisar, mas a que não se escapa. Como refere Nuss: “para a biologia, o nascimento é heterogênese, para o mito ou a religião, a criação é heterogênese” (2001, p. 289). Na Origem, quer com isto dizer o autor, o uno tem origem no plural, seja através da fusão entre óvulo e espermatozóide, seja através da fusão do sopro divino com a matéria terrestre.

Embora se possam encontrar diversas conceituações para a palavra “híbrido” e suas variações, sobretudo quando aplicadas a uma determinada área do conhecimento, percebe-se que todas elas se aproximam através da noção de “mistura” e da criação de algo novo, a qual pode abarcar todas as definições aplicadas aos diversos campos.

#### **4.1.4.Os tipos de hibridismos**

Os processos de formação de híbridos não são únicos e podem ser classificados de acordo com os enfoques adotados como, por exemplo, os resultados das misturas (relacionados com os tipos de misturas existentes), a quantidade de caracteres misturados, os tipos de espécies envolvidas ou a intencionalidade (BAKHTIN, 1988).

Ao se considerar os resultados das misturas processadas, distinguem-se, no mínimo, dois tipos de hibridismos: uma possibilidade é aquela em que se obtém uma fusão completa dos elementos misturados, e a outra é a em que os elementos permanecem preservados, embora misturados. A compreensão dessas possibilidades se mostra imprescindível para que a extensão do conceito de híbrido seja verificada, bem como todos os processos que tal vocábulo pode abarcar.

Convém recorrer ao campo da química para que se recupere a existência de dois tipos básicos de misturas: (1) misturas homogêneas e (2) misturas heterogêneas. As misturas homogêneas são aquelas perfeitamente uniformes, que não apresentam fases, ou seja, separações entre as substâncias misturadas. Um exemplo de mistura homogênea é um copo de água com sal de cozinha ou álcool, ou ainda, uma mistura de nitrogênio com oxigênio e cloro. Já as misturas heterogêneas são formadas por mais de uma fase e, portanto, conseguimos distinguir mais de um componente. Água e óleo ou água e gelo, ou água e areia, ar e poeira, são exemplos de misturas heterogêneas.

Se tomado o termo híbrido dentro de um contexto biológico, pode-se classificar os híbridos de acordo com a quantidade de caracteres misturados ou de acordo com os tipos de espécies envolvidas.

Um híbrido pode, deste modo, resultar de um processo de cruzamento entre indivíduos diferindo por um par de caracteres — mono-híbrido — ou por dois ou mais pares de caracteres — di-híbrido, tri-híbrido, poli-híbrido e, ainda pertencer a espécies (tipos, etc.) de gêneros diferentes, a espécies do mesmo gênero, a subespécies ou a variedades da mesma espécie, ganhando conforme o caso a designação de híbrido intergenérico, interespecífico, intersubespécífico ou intervietal (MADEIRA, 2008, p.66-67).

Uma outra possibilidade de identificação dos tipos híbridos pode ser aquela mencionada por Bakhtin (1988) quando se focaliza a intencionalidade do processo, que pode variar entre um processo intencional e um processo não intencional, voluntário. Bakhtin (1981, p.358, grifo nosso), ao colocar a pergunta “O que é hibridização?<sup>55</sup>”, responde:

É uma *mistura* de duas linguagens sociais dentro dos limites de um discurso único, um encontro, dentro da arena de um enunciado, entre duas diferentes consciências linguísticas, separadas uma da outra por uma época, por diferenciação social ou por algum outro fator.

Madeira (2010) utiliza-se de duas figuras para interpretar os dois tipos de processos de formação dos híbridos apresentados por Bakhtin (1988): a do homem-elefante e a do Frankenstein, duas espécies de monstros, ou melhor, de monstruosidades. Se a primeira é real, orgânica, criatura da natureza e produção inconsciente, a segunda é artificial, semiorgânica, produto da cultura, logo concebida conscientemente.

---

<sup>55</sup> A abordagem do termo hibridização levada a cabo por Bakhtin se dá dentro dos campos da linguística e da literatura.

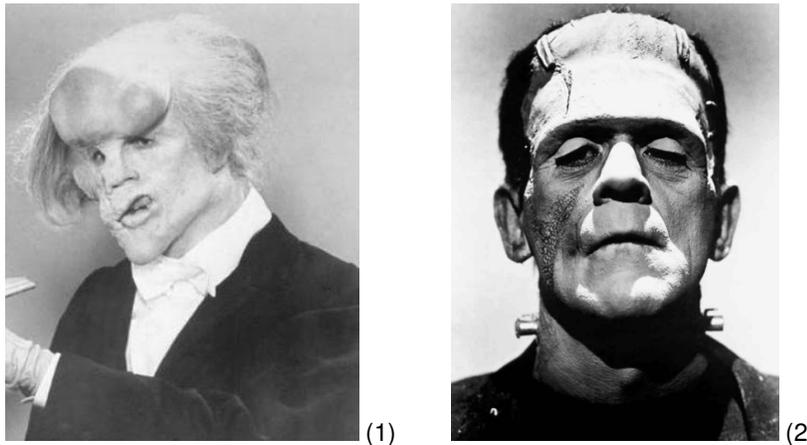


Figura 8 – As duas figuras utilizadas por Madeira (2010) para interpretar os dois tipos de processos de formação dos híbridos apresentados por Bakhtin (1988).

(1) John Hurt no papel de John Merrick em *O homem-elefante* (1980). Disponível em: <[http://3.bp.blogspot.com/\\_AhdBvXTjTwE/S8YjtjEoYNI/AAAAAAAAAJY/R4eLIO09BuQ/s400/homem+elefante2.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_AhdBvXTjTwE/S8YjtjEoYNI/AAAAAAAAAJY/R4eLIO09BuQ/s400/homem+elefante2.jpg)>. Acesso em: 10 out. 2011.

(2) Boris Karloff no papel de o "monstro" no filme *Frankenstein* (1931). Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/tropico/pscm/img/2007/11/i-2217.jpg>>. Acesso em: 10 out. 2011.

Assim, Madeira (2010, p.47-48) estabelece um paralelo entre o homem-elefante e a *hibridação inconsciente* ou *orgânica* e entre o Frankenstein e a *hibridação intencional* ou *consciente*. Nas palavras de Madeira (2010, p.48):

O primeiro tipo de hibridação, tal como o próprio nome indica, não produz um efeito totalmente disruptivo em relação à ordem e à continuidade, desenvolvendo-se antes por um certo caráter evolutivo acidental, que permite a integração de novos objetos, novas coisas híbridas. Nesse sentido, este tipo de hibridismo configura-se como um terreno potencialmente fértil ou, dito de outro modo, como as fundações históricas para o aparecimento posterior de híbridos conscientes, numa construção, essa sim, onde há uma intenção deliberada de chocar, mudar, desafiar, revitalizar. No segundo tipo, dos híbridos conscientes, cria-se, portanto, uma “colisão entre diferentes pontos de vista do mundo” [(BAKHTIN, 2004)].

Essas duas figuras também são válidas para duas outras conotações diferentes da palavra híbrido, com valores semânticos distintos: uma negativa e outra positiva. A partir do percurso etimológico, nota-se, um significado negativo atribuído ao vocábulo *híbrido* em sua origem. Palavras como *excesso*, *ultraje*, *injúria* e *violência* parecem conferir ao termo uma conotação negativa. Já a palavra *abastado*, que é um sinônimo para a palavra latina *hybrida*, apresenta um valor mais positivo por estar relacionada com a *riqueza*.

De acordo com Ceia (2010), o “híbrido é também o que participa de dois ou mais conjuntos, gêneros ou estilos”, e, nesse sentido, nota-se uma transição do significado negativo que vê o híbrido como algo “excepcional” para algo “natural” e inerente à vida das espécies biológicas. É sob esse aspecto positivado do termo dentro das ciências da vida que Madeira (2008, p.67) comenta:

O processo de hibridação passa, portanto, a ser visto como uma função importante no incremento da variedade genética (número de combinações de genes diferentes) entre uma espécie, que é necessária para que a evolução ocorra. Acima de tudo um processo que se naturaliza através de fenômenos intencionais e que advoga a sua fertilidade.

Como se pode notar, é considerável a variedade de tipos de hibridismos e as classificações dependem do ponto de vista adotado. O quadro abaixo apresenta um resumo dos tipos de hibridismos segundo os enfoques abordados:

<b>Enfoque</b>	<b>Tipos de hibridismos</b>
resultado das misturas	1. hibridismo homogêneo 2. hibridismo heterogêneo
quantidade de caracteres misturados	1. mono-híbrido 2. di-híbrido 3. tri-híbrido 4. poli-híbrido
tipos de espécies envolvidas	1. intergenérico 2. interespecífico 3. intersubespecífico 4. intervarietal
intencionalidade do processo	1. inconsciente ou orgânica 2. consciente ou intencional
valor semântico ou significado conotativo	1. negativo: excepcional 2. positivo: natural

Quadro 1 – Tipos de hibridismos segundo diferentes enfoques.  
Fonte: do autor.

Se, por um lado, toda essa variedade de tipos de hibridismos pode esvaziar o conceito desse termo, tornando-o impreciso, por outro, revela quão pertinente o é para a compreensão da contemporaneidade. Sobre essa polivalência do termo *híbrido*, Madeira (2008, p.64) afirma:

Em qualquer caso, e apesar de qualquer diferencial encontrado no processo de geração dos híbridos, dos mestiços (ou até dos monstros), para além da conotação positiva ou negativa que cada qual lhe possa atribuir, pode-se aplicar a tese de Buffon de que os diversos termos, face a sua proliferação contemporânea, podem caber no denominador comum de “híbrido”.

#### **4.2.O híbrido a partir de uma perspectiva temporal**

Uma incursão na etimologia da palavra *híbrido*, a qual encontra suas origens em *hybris* e *hybrida*, revela seus significados dentro de um tempo mais longo. No entanto, se buscadas as recorrências do *híbrido* como uma categoria analítica, cujo advento remonta à segunda metade do século passado, pode-se observar como ele se tornou um conceito-chave para a apreensão do mundo contemporâneo, largamente utilizado pelos críticos para questionar o pensamento hegemônico vigente até as proximidades dos anos de 1970.

Vislumbra-se aqui, assim como acredita Costa (2010, p.299), que os conceitos pós-moderno e contemporâneo se aplicam a uma sequência de “eventos conectados” e não se trata de “uma segmentação conceitual, como certos usos dessas expressões chegam a sugerir”.

##### **4.2.1.Do moderno ao pós-moderno**

Quando se opera com o termo “pós-modernidade”, seja para questionar o conceito de “modernidade”, rompendo-o, esgarçando-o, ou contrapondo-o, seja para ampliá-lo, pode-se observar que a noção do “hibridismo” está, recorrentemente, presente. Isso porque um dos argumentos subjacentes do pós-modernismo, que pode, inclusive, ser entendido como uma premissa desse movimento ou corrente de pensamento e atitudes, é a valorização do outro<sup>56</sup>, daquilo que é diferente. Sobre essa incorporação do outro, Costa (2010, p.23 e 25) afirma que, em uma visão tipicamente pós-moderna,

---

<sup>56</sup> O conceito do “Outro”, conforme demonstrou Nesbitt (2006, p.43-45), tornou-se extremamente relevante no debate pós-moderno. De acordo com Costa (2010, p.25, grifos nossos), “Michel Foucault desenvolve, entre outras, a ideia de heterotopia, retomada mais tarde e em outros níveis de afetação por Michel Serres, Paul Virilio e Bruno Latour, que insistem também na relação de espaço, liberdade, subjetividade, complexidade, *hibridez* e diferença na *sociedade contemporânea*”.

equivale a sair do foco exclusivo na obra em si para um campo muito mais amplo, relacional, contextual, que inclui na análise uma série de instâncias inovadoras em relação à visão do modernismo, como é o caso da incorporação da crítica do Outro, seja ele pessoa, objeto, cultura, entorno ou contexto.

Nesse mesmo sentido de valorização do outro e da diferença, Ceia (2010, grifos nossos) chama atenção para a presença o vocábulo “híbrido”, que marca seu lugar nesse contexto:

A pós-modernidade, ao trazer à tona o conceito de *híbrido*, enfatiza acima de tudo o respeito à alteridade e à valorização do *diverso*. *Híbrido*, ao destacar a necessidade de pensar a identidade como processo de construção e desconstrução, estaria subvertendo os paradigmas homogêneos da modernidade e inserindo-se na movência da pós-modernidade, associa-se ao *múltiplo* e ao *heterogêneo*.

Portanto, todos os sinônimos e significados associados ao termo “híbrido” já apresentados, tais como “mistura” e “heterogêneo”, podem ser compreendidos como verbetes utilizados para se questionar o modernismo. E, é a partir dessas palavras que muitos autores lançam mão da ideia de “crise da modernidade”, ou melhor, crise das crenças e pretensões modernistas.

No âmbito do projeto, pode-se dizer que “a crise dos valores do desenho moderno que teve lugar nos anos sessenta iniciou uma nova etapa na relação entre design e cultura. (...) O que se chamou de ‘pós-modernidade’ se baseava em uma atitude global”<sup>57</sup> (SPARKE, 2010, p.144, tradução nossa). O pensamento pós-moderno contempla as multiplicidades, é plural, polivalente e complexo<sup>58</sup>. Venturi (1995, p.2), dentro desse espírito, afirma: “prefiro ‘tanto... como’ a ‘ou... ou’, branco e preto, e às vezes cinza, a ou preto ou branco”.

No entanto, mesmo se aceita a palavra “crise” para marcar a separação entre o que se chamou de modernidade e pós-modernidade, necessita-se lembrar que, além das discontinuidades, também se verificaram continuidades entre ambos os períodos. Assim, as palavras de Costa (2010, p.29-30) se mostram como uma saída sensata e harmoniosa para a compreensão das transições marcadas pelo passar dos tempos:

---

<sup>57</sup> Do original: “*la crisis de los valores del diseño moderno que tuvo lugar en los años sesenta inició una nueva etapa en la relación entre diseño y cultura. (...) Lo que se denomino ‘posmodernidad’ se basava em una actitud global*”.

<sup>58</sup> “O pós-moderno caracteriza-se pelo ecletismo e pelo pluralismo, aquela divertida mescla e combinação de tradições que muitos consideram típicas do pós-modernismo em geral” (BRANZI, 1999, p.117 apud MORAES, 2008, p.185).

É nesse sentido que este trabalho entende o pós-moderno: dialogando, formatando, retroformatando-se e interagindo com as fases adjacentes, seja a moderna, numa situação de crise e debate, seja a contemporânea, numa situação de continuidade e desdobramento. Histórica quanto conceitual e culturalmente, mesmo porque até quando o novo conceito se torna suficientemente forte para ser operacionalizado verifica-se jamais ter rompido o liame que o une às fases adjacentes.

Santos (1989, p.41) também apresenta um texto no qual as diferenças e as continuidades entre modernismo e pós-modernismo são evidenciadas:

Na ficção, como das demais artes, a antiarte prolonga traços modernistas, mas às vezes acentuando-os até a extravagância. Anti-ilusionismo, experimentalismo permanecem. São de lei. A fragmentação do texto pode descambar para o acaso total, a leitura ficando sem rumo e sem fio condutor. A paródia e o pastiche, antes ocasionais, hoje em dia são quase regra. No entanto, embora sejam mais nítidas nas artes plásticas do que no romance ou no cinema, por exemplo, as diferenças é que servem de melhor guia.

O quadro abaixo, salienta algumas oposições entre práticas e pensamentos predominantes nos períodos moderno e pós-moderno.

<b>Modernismo</b>	<b>Pós-modernismo</b>
Cultura elevada	Cotidiano banalizado
Arte	Antiarte
Estetização	Desestetização
Interpretação	Apresentação
Obra/originalidade	Processo/pastiche
Forma/abstração	Conteúdo/figuração
Hermetismo	Fácil compreensão
Conhecimento superior	Jogo com a arte
Oposição ao público	Participação do público
Crítica cultural	Comentário cômico, social
Afirmção da arte	Desvalorização obra/autor

Quadro 2 – Diferenças entre o Modernismo e o Pós-modernismo.  
Fonte: Santos (1989, p.41-42).

Embora haja outros quadros mais completos, como, por exemplo, o elaborado por Hassan (1985, p.123-124 apud HARVEY, 2008, p.48), com essas diferenças assinaladas por Santos (1989, p.42), vislumbra-se uma nova

paisagem cultural<sup>59</sup>. E deve-se ressaltar que, para essa troca de cenário, para a passagem da modernidade para a pós-modernidade, os meios de comunicação exerceram um papel essencial, pois aceleraram a difusão das informações dirigidas a um número cada vez maior de indivíduos, fazendo com que o número de linguagens (híbridas) se multiplicasse. É a partir desse reconhecimento que Santaella (2005b, p.11) afirma que, “em síntese, a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e de cultura”.

Portanto, são as hibridizações, as misturas, as multiplicidades, as heterogeneidades e a incorporação do outro, da diversidade e das diferenças, as rupturas com as hegemonias, advindas da pós-modernidade, que marcam o pensamento contemporâneo.

O movimento de *pensamento denominado pós-moderno* constatando a textualidade contemporânea que explicita a diversidade, a diferença, e a figura do Outro, justamente, se *afasta de qualquer solução formal unificadora estética ou eticamente e, portanto, abomina os estilos bem como os discursos hegemônicos, que passam a se constituir nas marcas maiores do pensamento contemporâneo (...)* (COSTA, 2010, p.14, grifos do autor).

Assim, o hibridismo, em todos os âmbitos da sociedade, seja ele cultural, artístico ou dos meios de comunicação, por exemplo, característico da segunda metade do século passado, do pós-modernismo, torna-se um conceito-chave para a contemporaneidade. Afinal, nas palavras de Costa (2010, p.11), a cultura, a partir dos anos de 1970, “conhecida como pós-modernidade, é considerada uma das principais genealogias fundadoras da contemporaneidade”.

#### 4.2.2. Híbrido: um conceito contemporâneo

Assim como o termo híbrido apresenta imprecisões e conceituações variadas, nas palavras de Costa (2010, p.21), também “o termo contemporâneo é muitas vezes encontrado num mesmo trabalho de modo cambiante”. Logo, o vocábulo “contemporâneo” também demanda ser delimitado, pois seu significado vai “desde a concepção de historicamente atual até uma compreensão que

---

<sup>59</sup> Assim como fez Hassan, com seu quadro das diferenças esquemáticas entre modernismo e pós-modernismo, Santos (1989, p.42) destaca algumas diferenças entre esses dois períodos. Mas, deve-se mencionar que tais polarizações são, de fato, esquemáticas, pois as relações entre elas são bastante complexas.

parece abarcar quase tudo que vem na esteira do período pós-Segunda Guerra Mundial” (COSTA, 2010, p.21).

Deve-se ponderar, portanto, que o termo “contemporâneo” é abordado nesta tese, assim como o tratou Costa (2010, p.16), “no sentido de uma condição cultural (contemporaneidade), mais do que simplesmente um período histórico, semelhantemente ao sentido consagrado pelos termos modernidade e pós-modernidade”. Sendo assim, não se trata de privilegiar qualquer corrente ou escola de pensamento filosófico, uma vez que o próprio conceito-chave desta tese, o “*híbrido*” (e suas variações), é um conceito proposto por autores e pesquisadores dos diversos campos do saber como, por exemplo, biólogos, sociólogos e antropólogos, linguistas, artistas e designers. A esse conceito, aliam-se outros, por exemplo, de origem pós-estruturalista, como o rizoma<sup>60</sup>, de Deleuze e Guattari (2007), para dar conta da aproximação conceitual dos processos da contemporaneidade.

Havendo a necessidade de marcar um período ao qual a expressão “contemporaneidade” se refere, pode-se dizer que o período contemporâneo vem sendo produzido desde as crises do modernismo, do advento do pós-modernismo até os dias de hoje. De acordo com Costa (2010, p.21, grifos do autor),

é somente a partir de 1970-80, e definitivamente após 1990, que a produção cultural, em consequência de uma série de crises espontâneas dentro do movimento moderno, consagradas na polêmica porém historicamente necessária expressão *pós-moderno*, vem a ser efetivamente denominada *contemporânea* por um número expressivo de divulgadores culturais.

Costa (2010, p.26), ainda afirma que, temporalmente, o período contemporâneo sucede ao período pós-moderno, mas que nessa transição não existe, diversamente daquela do moderno para o pós-moderno, “qualquer evento crucial ou questão que centralize as atenções culturais ou caracterize com eficiência semelhante esses dois períodos como etapas independentes”. No entanto, verifica-se, atualmente, uma preferência pelo vocábulo contemporaneidade, pois o termo *contemporâneo*, ao suceder e substituir a designação *pós-moderno*, apresenta a “vantagem de referir e circunscrever adequadamente certa produção cultural sem afirmar obrigatoriamente uma

---

<sup>60</sup> Verifica-se, também, que as noções de hibridização alinham-se com a conceituação de rizoma, de Deleuze e Guattari (2007), e com os processos de colagem/montagem, entendidos por Derrida como modalidade primária do discurso pós-moderno (HARVEY, 2008, p.55).

postura ideológica ou conceitual que, em algumas situações, não se revelam mesmo essenciais” (COSTA, 2010, p.31-32).

Portanto, livre também de uma carga predominantemente ideológica, a questão do hibridismo, tão relevante no debate pós-moderno, apresenta-se como uma categoria analítica possível da contemporaneidade. E pode-se afirmar que o “híbrido” é um conceito contemporâneo. Para Madeira (2008, p.70, grifos nossos),

*a noção de hibridismo* aparece hoje não só como a categoria onde se situam todas as situações de exceção a uma categorização fixa, mas também o *novo campo teórico* onde confluem as diversas leituras da *contemporaneidade*, sejam elas o pós-modernismo, o pós-estruturalismo, o pós-colonialismo, a (pós-)globalização, etc. De fato, quando se fala de *híbrido*, mestiço, monstro ou heterogêneo, parece que enquanto sinônimos eles já não se baseiam na existência de um polo inverso onde são incluídas categorias como puro, normal, ou homogêneo, porque qualquer coisa detém, a um qualquer grau, impurezas, anormalidades, heterogeneidades. Isto leva-nos a recolocar em perspectiva o poder transgressivo e subversivo do híbrido (...).

Santaella (2010, p.81, grifos nossos) também relata, brevemente, a pertinência do termo “hibridismo” para caracterização da contemporaneidade e afirma ser, ele, um conceito em expansão:

A partir do final dos anos 1980, o termo “hibridismo” tornou-se *palavra-chave para caracterizar as sociedades contemporâneas*, especialmente, as latino-americanas e, nelas, especialmente a brasileira. Depois da explosão das redes globais de comunicação e da *www (world wide web)*, o uso das palavras “hibridismo”, “híbrido”, “hibridização” e “hibridação” expandiu-se de forma considerável para referir tanto à convergência das mídias no mundo digital quanto à mistura de linguagens na hipermídia, ou seja, a junção do hipertexto com a multimídia que define a linguagem que é própria das redes em que texto, som, imagem, sinais e símbolos convivem em uma mesma dinâmica e complementam-se na tarefa solidária para a criação de sentidos acionados pela interação do usuário. Recentemente, o uso do vocábulo “hibridismo” expandiu-se ainda mais para referir-se à interconexão dos espaços físicos de circulação com os espaços de informação a que os usuários de dispositivos móveis se conectam.

Dessa forma, parece um truísmo afirmar que os processos híbridos, de hibridações e/ou hibridizações, tornaram-se uma marca do nosso tempo, uma condição possível para produção e interpretação do mundo em que vivemos, uma vez que “o desejo do olhar contemporâneo, ainda mais flexível que o do passado, parece fluidificar-se na capacidade de elaborar a sua própria e irrepetível montagem icônica que mistura, sincretiza e *polifoniza* estilos diferenciados” (CANEVACCI, [c.a.2010] apud COSTA, 2010, p.9, grifo do autor). Nesse sentido, Madeira (2008, p.31) constata que,

na verdade, multiplicam-se um pouco por todo o lado uma série de coisas que resultam de misturas, umas vezes, inesperadas e espontâneas, outras vezes, construídas, umas vezes, reais, outras, apenas no plano do virtual, sem outro ponto comum a não ser o de não se deixarem encerrar numa classificação precisa. Em face deste intenso *mix-appeal* que caracteriza o nosso quotidiano “heteróclito”, a palavra híbrido tem vindo, de alguma forma, a representar a nossa “enciclopédia chinesa” contemporânea.

Como uma categoria analítica válida para a compreensão de produções da sociedade contemporânea, os hibridismos se manifestam nas culturas, nas comunicações, nas artes e no design.

### **4.3.Linguagens híbridadas: nas culturas, nas comunicações, nas artes e no design**

Santaella (2005a) afirma que “na vida, a mistura, a promiscuidade entre as linguagens e os signos é a regra”. Tal afirmação decorre da observação de que há, nos dias de hoje, uma multiplicidade de linguagens eminentemente híbridadas, as quais tiveram seu advento após a Revolução Industrial.

De fato, verifica-se que, desde a Revolução Industrial até o presente, as linguagens têm crescido e se multiplicado incessantemente. Tal crescimento não se deve somente ao surgimento de novos veículos, mas também porque as linguagens têm-se expandido através dos processos de hibridização de meios, códigos e sistemas sígnicos, ou seja, da mistura entre as linguagens. Para McLuhan (1971, p.75), dos processos de hibridização nascem novas linguagens, pois, de acordo com ele, “o híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova”.

Dois exemplos de processos de mistura são oferecidos por McLuhan (1971, p.72), ao mencionar que “o cinema incorporou o romance, o jornal e o palco — todos de uma vez. E a televisão conquistou o cinema, devolvendo ao público o teatro de arena”. A partir dessas observações de McLuhan, Santaella (2005a, p.28) conclui que “processos de hibridização funcionam como propulsores para o crescimento das linguagens” e, a título de exemplificação, lembra que já no jornal, a hibridização se manifestava, uma vez que ele é, entre outras coisas, uma união entre o telégrafo, a foto e a “modificação qualitativa da linguagem escrita no espaço gráfico”.

A rigor, todas as mídias, desde o jornal até as mais recentes, são *formas híbridadas de linguagem*, isto é, nascem na conjugação simultânea de diversas linguagens. Suas mensagens são compostas na *mistura de códigos e processos sígnicos* com estatutos semióticos diferenciais. Daí se

poder afirmar que todas as mídias, desde o jornal, são por natureza intermídias e multimídias. Ou seja, a natureza mesma de qualquer mídia, aquilo que a caracteriza como tal, é o fato de ser inter e multimídia (SANTAELLA, 1992, p.24, grifos nossos).

Sendo assim, nos dias de hoje, tem-se uma gama variada de linguagens que podem ser consideradas como híbridas. Mas deve-se destacar que a noção de hibridismo é tão ampla que podem ser evidenciadas três abordagens para os processos de hibridização das linguagens e os produtos resultantes dessas misturas que, sutilmente, diferenciam-se entre si, mas que se complementam. Essas três abordagens são vislumbradas a partir das considerações expostas por diferentes autores e assim identificadas no âmbito desta tese: (1) hibridização por fusão ou homogênea; (2) hibridização por interpenetração ou heterogênea; e (3) hibridização total.

A primeira abordagem, a *hibridização por fusão* ou *homogênea*, se refere à fusão de elementos distintos com vista à criação de formas inteiramente novas. Essa é a visão proposta por McLuhan (1971), segundo o qual, a partir da junção de meios e códigos distintos, formam-se novas linguagens. Uma imagem para esse tipo de hibridização é a de uma mistura homogênea, portanto, pode-se verificar que o resultado é a formação de um híbrido homogêneo. Nesse tipo, depois que os elementos são misturados, não se identificam fases distintas, pois as partes se fundem em um todo único.

A segunda abordagem, a *hibridização por interpenetração* ou *heterogênea*, postula uma constante interpenetração entre formas diferentes, no entanto, cada uma das formas pode se manter reconhecivelmente distinta, por mais alterações que possa vir a sofrer no processo de hibridização. Essa perspectiva se mostra nas conceituações propostas por Bicudo (2003) e Machado (2008), ao afirmarem que os processos de hibridização das linguagens não supõem uma fusão completa daquelas envolvidas. A imagem para esse tipo de hibridização é a de uma mistura heterogênea, em que os elementos permanecem reconhecíveis, ainda que misturados.

Há, por fim, uma terceira abordagem, intitulada aqui de *hibridização total*, que questiona a própria noção de hibridismo, esgarçando-a e potencializando-a, na medida em que propõe que as formas híbridas se constituem da permanente sucessão de misturas, como se fosse impossível chegar ao grau zero do hibridismo. Esse pensamento permeia as proposições de Santaella (2005a), principalmente quando afirma que todas as linguagens são híbridas, ou seja, que não há linguagens puras.

Percebe-se então que, ao longo do tempo, as linguagens foram-se fundindo e se interpenetrando, recriando-se, dando origens a formas novas de linguagens. Mas há que se destacar que não restam dúvidas de que todo esse processo de hibridização foi potencializado e mais amplamente evidenciado pelo desenvolvimento das tecnologias digitais. Tem-se constatado que nunca se viu tanta mistura de linguagens como há na contemporaneidade, sobretudo após a popularização dos computadores pessoais.

Ao se lançar um olhar retrospectivo, atento, sobre os meios e suas imbricações, vê-se como, hoje, eles se encontram potencialmente misturados.

Desde a revolução mecânica, que trouxe consigo a invenção da fotografia, do telégrafo, da prensa mecânica, do gravador, do telefone, invenções estas seguidas pelo cinema, os meios de produção e transmissão de linguagens começaram a crescer. Esse crescimento exponenciou-se a partir da revolução eletrônica com seus meios de difusão massiva, o rádio e televisão. Daí pra frente, os desdobramentos e multiplicações dos meios e de dispositivos das mais diversas ordens foram-se tornando uma constante: xérox, vídeo-cassetes, vídeo-jogos, fax, computadores, satélites equipados com dispositivos para sensoriamento remoto, equipamentos de registro imagético para diagnóstico médico etc. Revolução que ainda está nos surpreendendo, entretanto, é aquela que se deu quando o computador se conectou ao telefone e, aliados a programas informáticos de várias ordens, levaram à explosão das redes mundiais de telecomunicações (SANTAELLA, 2005a, p.379).

Na contemporaneidade, deu-se o advento da hipermídia, a linguagem que surgiu do cruzamento explícito de diversas linguagens. Sons, imagens e textos, todos imbricados e potencialmente articulados entre si constituem essa nova linguagem digital, a qual ainda poderá vir a incorporar a transmissão de signos táteis, gustativos e olfativos. De acordo com Parente (1999, p.95), “a rede hipertextual provoca uma hibridização entre as diversas mídias utilizadas”. Para a hipermídia convergem as linguagens dos diversos meios e veículos: sejam eles impressos, como livros, periódicos científicos, jornais e revistas ou audiovisuais, como a televisão, o vídeo e o cinema.

Também Norman (2008, p.185) observa que “as distinções entre as várias mídias estão desaparecendo à medida em que enviamos voz e texto, palavras e imagens, música e vídeo uns para os outros com uma facilidade e frequência cada vez maiores”. É ele próprio quem coloca, a partir dessa constatação, a seguinte pergunta: “Quando meu amigo no Japão usa seu celular para tirar uma fotografia de seu novo neto e envia para mim nos Estados Unidos, isso é e-mail, fotografia ou telefonia?” (NORMAN, 2008, p.185).

Diante de tal trajetória, percebe-se que a noção de multimídia tem sido estendida a todas as mídias emergidas dos processos de hibridização. Já a

hipermídia, tornou-se, de fato, a linguagem manifesta na contemporaneidade e tem influenciado, ainda que indiretamente, toda a produção dessa época atual. Tal influência pode ser constatada na geração de imagens, as quais já não são facilmente reconhecíveis por seus modos de produção, pois são desenho, fotografia, grafismo etc., tudo ao mesmo tempo, enfim, são imagens híbridas concebidas a partir de processos de hibridização de linguagens.

Finalmente, vale retomar a seguinte citação de Chambers (1987 apud HARVEY, 2008, p.63), para entrar na discussão de como a modernidade e, mais intensamente a pós-modernidade, se cunhou e propiciou a hibridização das linguagens:

O pós-modernismo, seja qual for a forma que sua intelectualização possa tomar, foi fundamentalmente antecipado nas culturas metropolitanas dos últimos vinte anos: entre os significantes eletrônicos do cinema, da televisão e do vídeo, nos estúdios de gravação e nos gravadores, na moda e nos estilos da juventude, em todos os sons, imagens e histórias diversas que são diariamente mixados, reciclados e “arranhados” juntos na tela gigante que é a cidade contemporânea.

Portanto, como se pode observar, os intensos processos de mistura dos meios, dos códigos, das linguagens, iniciados no último século, agora são exponencialmente ampliados pelas tecnologias de informação e comunicação, pelas mídias digitais, fazendo com que a hibridização se constitua como um processo de formação de linguagens e uma chave possível para a compreensão das linguagens da contemporaneidade, uma categoria analítica do tempo em que se vive.

De fato, o termo híbrido e suas variações 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, amplamente, todas as misturas possíveis. Portanto, tem-se procurado evidenciar, nesta tese, que o “hibridismo” é adotado como um conceito contemporâneo, voltado para a compreensão de uma sociedade também contemporânea de multiplicidade, de misturas e de convergências, na qual tudo, potencialmente, se hibridiza: as culturas, as comunicações, as artes e o design; também as mídias, as linguagens, os signos etc. Nesse contexto de hibridismo, as delimitações e as fronteiras precisas tendem a desaparecer. Essa é a ideia que está na base da constatação de Costa (2010, p.45):

As dissoluções dos limites foram múltiplas, e não só nas artes e na cultura em geral, com o estabelecimento pleno da estetização do comportamento e dos objetos sociais e a queda de barreiras entre erudita e popular, mas mesmo nos campos mais “duros” das ciências exatas, biológicas e tecnológicas.

Se entendido hibridismo como ruptura das fronteiras, pode ser dito que, na contemporaneidade, há permeabilidade das fronteiras convencionais que separam os vários níveis de cultura, ciência, arte e tecnologia, e que a formação de fenômenos, linguagens e objetos híbridos apresenta-se como uma das mais relevantes manifestações das dinâmicas culturais no mundo contemporâneo. O hibridismo vai, assim, ao encontro da “modernidade líquida”<sup>61</sup> de Bauman (2001, p.33), posto que se tem agora, na contemporaneidade, um mundo “líquido”, “fluido” ou “liquefeito”, portanto, apto a misturar-se, um mundo que não necessariamente se fixa no tempo ou no espaço.

Machado (2008, p.57), ao referir-se sobre a forma de se pensar a cultura na contemporaneidade, afirma que, equivocadamente, “podemos imaginar o universo da cultura como um mar de acontecimentos ligados à esfera humana e as artes ou meios de comunicação como círculos que delimitam campos específicos de acontecimentos dentro desse mar”. Essa forma de pensar é equivocada, pois “na prática, é impossível delimitar com exatidão o campo abrangido por um meio de comunicação ou uma forma de cultura, pois as suas bordas são imprecisas e se confundem com outros campos” (MACHADO, 2008, p.58). Então Machado (2008, p.58-59) propõe:

Melhor seria imaginar que os círculos que definem cada meio interceptam, nas proximidades de suas bordas, os círculos definidores de outros meios, com maior ou menor grau de penetração, segundo o grau de vizinhança ou parentesco.

[...]

Cada um desses círculos seria mais bem representado se, em lugar de imaginá-lo uma simples circunferência vazia, optássemos por imaginá-lo um círculo preenchido por uma mancha gráfica de densidade variável: mais densa no centro, menos densa nas bordas, perfazendo, portanto, um gradiente de tons que vai de um centro muito negro a bordas mais suaves, tendendo ao branco. Esse centro denso representaria a chamada “especificidade” de cada meio, aquilo que o distingue como tal e que nos permite diferenciá-lo dos outros meios e dos outros fatos da cultura humana. Cada círculo teria então o seu “núcleo duro”, que define conceitos, práticas, modos de produção, tecnologias, economias e públicos específicos. Outros círculos teriam outros “núcleos duros”, com outras definições. À medida que nos aproximamos das bordas e das zonas de interseção, a diferenciação entre os meios já não é tão evidente, os conceitos que os definem podem ser transportados de uns para outros, as práticas e as tecnologias podem ser compartilhadas, o sustentáculo econômico e o público atingido podem ser os mesmos.

---

<sup>61</sup> Bauman (2001, p.8) afirma que, diferentemente dos sólidos, os líquidos “não mantêm sua forma com facilidade”. Logo, à facilidade de mistura dos líquidos, à sua forma fluida, pode ser associada a noção de hibridismo.

Essa imagem foi utilizada por Machado para ilustrar duas possibilidades de se pensar a cultura, os meios de comunicação e as artes: uma que volta sua atenção para os “núcleos duros” e outra que se preocupa com as interseções entre as bordas, correspondendo, respectivamente, ao pensamento da divergência e ao pensamento da convergência. Para finalizar o raciocínio dos círculos, Machado (2008, p.64-65, grifos do autor) conclui:

Na verdade, a metáfora está imperfeita, pois ela pode nos dar a falsa impressão de que o mundo da cultura e dos meios é estático e pode, portanto, ser demarcado. Nada mais inexato. No interior de cada meio, há conflito, embate, surgimento de novas tendências e movimentos antagônicos. O repertório de obras em cada círculo se expande em progressão geométrica, e algumas delas, mais revolucionárias, redirecionam o rumo do pensamento e da prática. Isso quer dizer que tanto os círculos como os seus “núcleos duros” vivem um movimento permanente de expansão e, nesse movimento, as suas zonas de interseção com outros círculos também se ampliam. Chega um momento em que a ampliação dos círculos atinge tal magnitude que há interseção não apenas nas bordas, mas também nos seus “núcleos duros”. Ora, esse é justamente o ponto de ruptura: no momento em que o centro mais denso do círculo, identificador de sua especificidade, começa a se confundir com os outros, chegamos a um novo patamar da história dos meios: o momento da *convergência dos meios*, que se sobrepõe à antiga divergência.

As imagens a seguir, evidenciam o raciocínio de Machado (2008) sobre as diferenças entre os pensamentos da divergência e da convergência.

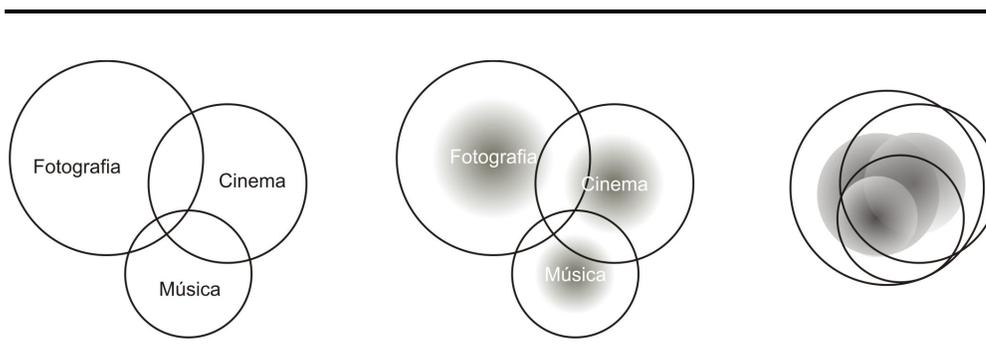


Figura 9 – Raciocínio de Machado (2008) sobre as diferenças entre os pensamentos da divergência e da convergência.

Fonte: montagem do autor. Fonte original: Machado (2008, p.58, 60 e 65).

A partir dessa metáfora, Machado (2008, p.65) revela que, hoje, há uma tendência pela abordagem da hibridização. Isso quer dizer que pensamento contemporâneo tem valorizado mais as convergências, as multiplicidades.

Nas sociedades humanas, uma ênfase exagerada nas identidades isoladas pode levar à intolerância e à guerra entre culturas, enquanto os processos de hibridização podem favorecer uma convivência mais pacífica entre as diferenças. Da mesma forma, no campo da comunicação [e da

arte], chega um momento em que a divergência entre os meios torna-se improdutiva, limitativa e beligerante, deixando claro, pelo menos aos setores de vanguarda, que a melhor alternativa pode estar na convergência (MACHADO, 2008, p.64).

Sendo o hibridismo um paradigma da contemporaneidade, vale percorrer por algumas questões colocadas pelos processos de hibridização dentro dos campos da cultura, das comunicações, das artes e do design, sem jamais perder de vista que os referidos campos são interatuantes e abraçam temas transversais. Também cabe enfatizar que esse olhar para as culturas, para as comunicações e para as artes é fundamental para esta tese, pois a abordagem do design como fenômeno de linguagem, revela-o como uma prática cultural e comunicacional, uma expressão de uma sociedade. Essa postura adotada, de um olhar híbrido sobre o design, vai ao encontro do pensamento de Eco (1971) quando afirma que todos os fenômenos da cultura são sistemas de signos e que a cultura é essencialmente comunicação; ou seja, que seus produtos só funcionam porque são também processos comunicativos.

#### 4.3.1. Hibridismo cultural

“Na cultura, tudo é mistura”<sup>62</sup> — esta é a afirmação feita por Santaella (2003, p.30), ao ponderar que “outra importante metáfora para a compreensão da cultura, menos biológica do que a da vida, é a metáfora da mistura”, ou do hibridismo. No campo da cultura, dos estudos culturais<sup>63</sup>, o termo “híbrido” e suas variações encontraram um terreno fértil para ser empregados, pois se referem aos diversos processos de misturas culturais, sobretudo, àqueles decorrentes da globalização (PAPASTERGIADIS, 2000, p.168-195). Santaella (2010, p.82-83) destaca que,

---

<sup>62</sup> “Se a mistura é o espírito, como dizia Paul Valéry, e a cultura é a morada do espírito, então cultura é mistura. Embora se apresente como uma simples brincadeira silogística, aí está enunciada uma condição fundamental para se entender o que está acontecendo com a cultura nas sociedades pós-industriais, pós-modernas, sociedades globalizadas deste início de século” (SANTAELLA, 2003, p.30).

<sup>63</sup> “Apesar de fenômenos culturais de hibridação estarem presentes em toda a história da humanidade, somente a partir do final do século XX é que as questões endereçadas a estes fenômenos passaram a ser uma tônica nos discursos da sociologia, teoria crítica da cultura, história e adjacências” (RIOS FILHO, 2010, p.28).

no campo da cultura, hibridismo inclui as noções de mestiçagem, grupos étnicos misturados, miscigenação, sincretismo, fusões religiosas de símbolos africanos e americanos, referindo-se ainda a muitas outras espécies de misturas interculturais, contatos culturais densos, trocas e cruzamentos de temporalidades históricas altamente diversas.

Portanto, lembrando-se do texto de Canclini, *Culturas híbridas*, Santaella (2010, p.83) também afirma que “não poderia haver um adjetivo melhor que ‘híbridas’ para caracterizar as interações e reintegrações dos níveis, gêneros e formas de cultura e o cruzamento de suas identidades no continente latino-americano”. Mas, ainda que Canclini (2003) tenha empregado o termo “híbrido” para o estudo da América Latina e Santaella (2010, p.83) afirme que “embora seja marca registrada das culturas de todo o continente latino-americano, é no Brasil que o hibridismo cultural encontra uma expressão mais aguda”, nota-se que esse conceito tudo pode abarcar e não está restrito a nenhum recorte espacial.

A noção de mestiçagem, ou mistura impura, remete à questão do hibridismo cultural, própria do mundo pós-colonial, em que as diferentes culturas constituem, através da migração e da sua condição de nomadismo, espaços transnacionais e transculturais de negociação. O hibridismo cultural se manifesta, dentre outras formas, na produção textual cada vez mais híbrida, a qual se constitui como o espaço adequado para a pluralidade de sentidos (PAGANO e MAGALHÃES, 2005, p.23).

A hibridização cultural desenvolve-se, pois, em um cenário marcado pela tensão entre a globalização e a identidade local, ou melhor, pela mistura de ambas, em um cenário da cultura global (ROBERTSON, 2000). De acordo com Burke (2003, p.2), “por mais que reajamos a ela, não conseguimos nos livrar da tendência global para a mistura e a hibridização (...)”. São essas misturas, esses processos de hibridização cultural, que, segundo McLuhan (1971, p.68), promovem grande liberação de energia e, portanto, grandes mudanças nas sociedades.

De fato, de todas as grandes uniões híbridas que geram furiosa liberação de energia e mudança, nenhuma supera o encontro entre as culturas letradas e as culturas orais. A alfabetização fonética deu ao homem um olho por um ouvido — e esta é, social e politicamente, talvez a mais radical explosão jamais ocorrida em qualquer estrutura social. A esta explosão do olho, que se repete frequentemente nas “áreas atrasadas”, chamamos de ocidentalização. Com a alfabetização agora em vias de hibridizar as culturas dos chineses, dos indianos e dos africanos, estamos às vésperas de assistir a uma liberação de força humana e de violência agressiva, que torna quase pacífica a história anterior à tecnologia do alfabeto fonético (MCLUHAN, 1971, p.68-69).

Nota-se, então, que o “híbrido” tem, de fato, funcionado como categoria para apreensão do mundo contemporâneo, da condição pós-moderna, se utilizadas as palavras de Harvey para a designação do mundo contemporâneo. Aliás, é a própria noção de hibridismo que está na base da *Condição pós-moderna*, de Harvey (2008). E, nesse mesmo sentido, afirmam Pagano e Magalhães (2005, p.24) que o hibridismo é “um dos conceitos-chave para os estudos culturais” e que “a noção de hibridismo, segundo During (1999), pode ser entendida como processo de combinação dos produtos culturais com elementos novos para produzir efeitos diferentes em situações diferentes”.

Portanto, pode-se falar, também, que aos sinônimos já apresentados nesta tese para o termo hibridismo, soma-se o vocábulo “ecletismo”, afinal, segundo Lyotard (apud HARVEY, 2008, p.86), “o ecletismo é o grau zero da cultura geral contemporânea. Ouvimos reggae, assistimos faroestes, almoçamos McDonald’s e jantamos comida local, usamos perfume de Paris em Tóquio e roupas ‘retrô’ em Hong Kong”. Ainda sobre esse ecletismo cultural refletido nos hábitos de consumo, na aquisição de bens materiais, Sparke (2010, p.146, tradução nossa), cita que os *jeans* dos anos oitenta e noventa, com as etiquetas de Gloria Vanderbilt, Armani, Versace, Calvin Klein ou Donna Karan, são “roupas híbridas: estandardizadas e produzidas em série, mas, ao mesmo tempo, personalizadas e distinguíveis das do ‘popular’ por estar associadas a um designer”<sup>64</sup>.

Por fim, cabe um alerta. Entendido o “híbrido” como um conceito contemporâneo, Ceia (2010) chama a atenção para o perigo de se adotar o termo sem uma devida cautela, sobretudo quando lembra ter sido uma “cilada da modernidade” a adoção do termo “mestiçagem”:

Perigos: assim como o conceito de mestiçagem foi uma cilada da modernidade, pois sob a aparência da aceitação do múltiplo, se encobriu, na verdade, um projeto racista que previa a mistura das raças, mas com a predominância da raça branca e o branqueamento progressivo da população, talvez também o conceito de híbrido corresponda a mais uma utopia (da pós-modernidade) a qual estaria encobrindo um certo imperialismo cultural, pronto a apropriar-se de elementos de culturas marginalizadas para reutilizá-los a partir dos paradigmas de aceitabilidade das culturas hegemônicas. Tratar-se-ia, então, apenas de um processo de glamourização de objetos culturais originários da cultura popular ou de massas para inseri-los em uma outra esfera de consumo, a da cultura de elite.

Mas se por híbrido queremos nos referir a um processo de ressimbolização em que a memória dos objetos se conserva, e em que a tensão entre elementos díspares gera novos objetos culturais que correspondem a

---

<sup>64</sup> Do original: “*prendas híbridas: estandarizadas y producidas em serie, pero, al mismo tiempo, personalizadas y distinguibles de las del ‘vulgo’ por estar asociadas a un diseñador concreto*”.

tentativas de tradução ou de inscrição subversiva da cultura de origem em uma outra cultura, então estamos diante de um processo fertilizador.

Espera-se, pois, que, a partir do uso do hibridismo como um “processo fertilizador”, não como “utopia que encubra um certo imperialismo cultural”, a sociedade se estabeleça verdadeiramente como contemporânea.

#### 4.3.2. Hibridismo nas comunicações

De acordo com Machado (2008, p.73, grifo nosso), “nas últimas décadas, as discussões relativas aos meios de comunicação começam a ser contaminadas por novos conceitos, como os de *hibridização*, mestiçagem e outros”. Nesse cenário, destaca-se Marshall McLuhan (1911-1980)<sup>65</sup>, um dos principais (senão o principal e mais influente dos) pensadores do hibridismo dos meios de comunicação. Foi McLuhan (1971) quem, mediante suas constatações acerca da cultura contemporânea, chamou atenção para uma nova concepção em que “o meio é a mensagem” e que os meios de comunicação funcionam como extensões do homem. Portanto, segundo McLuhan (1971, p.21),

numa cultura como a nossa, há muito acostuma a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio — ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos — continuem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos.

O que está subjacente ao pensamento de McLuhan, especialmente em *Os meios de comunicação como extensões do homem*, é a constatação da aparição das novas linguagens e meios de comunicação que surgiram com a Revolução Industrial, com a eletricidade, e que se proliferaram com as tecnologias de informação do século XX. O foco de McLuhan (1971, p.67-75) está, pois, na energia híbrida, que é a força ou energia liberada como por fissão ou fusão da hibridização dos meios.

---

<sup>65</sup> Há que se destacar que, segundo Machado (2008, p.66), “Gene Youngblood é, possivelmente, o primeiro a pensar a convergência, num livro histórico sobre o tema intitulado *Expanded Cinema*”, seguido por Raymond Bellour que, ao lado de outros, organizou, em 1990, a exposição *Passages de l’Image*, na qual é colocada a questão da impossibilidade de se pensar os meios de forma separada e independente. Assim, na visão de Machado (2008, p.63), McLuhan não seria o precursor do pensamento da convergência, pois, mesmo sendo “capaz de pensar os meios como um todo, tomava-os, todavia, como separados”. No entanto, é inegável a importância de McLuhan para uma abordagem da hibridização dos meios de comunicação.

McLuhan (1971) aborda o hibridismo como uma inter-relação entre meios, ou a interpenetração de um e outro meio, ou ainda como o cruzamento dos meios. De acordo com McLuhan (1971), essas misturas dos meios são responsáveis, ao longo da história, por novas criações, pelo aparecimento de novas formas, tanto que o autor afirma que “o fato de que se inter-relacionem e proliferem em novas progênes tem sido causa de maravilha através das idades” (MCLUHAN, 1971, p.68). Ainda, sobre o “nascer da forma nova” a partir dos processos de hibridização, McLuhan (1971, p.75) conclui:

O híbrido, ou o encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém nas fronteiras entre formas que nos despertam da narcose narcísica<sup>66</sup>. O momento do encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos.

McLuhan viu, portanto, na hibridização dos meios, uma oportunidade para se pensar os próprios meios (e o próprio homem). Segundo McLuhan (1971, p.67-68),

os meios, ou extensões do homem, são agentes “produtores de acontecimentos”, mas não agentes “produtores de consciência”. A hibridização ou combinação desses agentes oferece uma oportunidade especialmente favorável para a observação de seus componentes e propriedades estruturais. “Assim como o filme silencioso reclamava o som, o filme sonoro reclama a cor”, escreveu Sergei Eisenstein, em suas *Notas de um diretor de cinema*. Esse tipo de observação pode ser estendido sistematicamente a todos os meios: “Assim como a imprensa clamava pelo nacionalismo, o rádio pelo tribalismo”<sup>67</sup>. Esses meios sendo extensões de nós mesmos, dependem de nós para sua inter-relação e sua evolução.

A partir dessas palavras, podem-se verificar as primeiras constatações sobre as formações híbridas dos meios, as quais estão intimamente relacionadas com as formações híbridas culturais. McLuhan também já havia observado que os meios moldam o desenvolvimento social, tanto que afirma que “nada pode ser mais subversivo para a dialética marxista do que a ideia de que os meios linguísticos moldam o desenvolvimento social tanto quanto os meios de produção” (MCLUHAN, 1971, p.68).

---

<sup>66</sup> Sobre “narcose narcísica”, que se refere ao entorpecimento e fascínio dos homens pelas extensões de si próprios, ver McLuhan (1971, p.59-66), capítulo 4 (*O amante de “gadgets”. Narciso como narcose*), do livro *Os meios de comunicação como extensões do homem*.

<sup>67</sup> Muito provavelmente, McLuhan colocaria uma vírgula depois da palavra “tribalismo” e acrescentaria: “e a internet pela globalização”.

Nesse mesmo sentido, Santaella (2005b, p.10-11) ressaltou que não há novidade em dizer que a Revolução Industrial trouxe consigo as máquinas de expansão da força humana, da força física dos trabalhadores, “máquinas responsáveis pela aceleração da produção de bens materiais para o mercado capitalista”, mas que deve ser lembrado que, juntamente, surgiram as máquinas de produção de bens simbólicos, denominadas pela autora como “máquinas mais propriamente semióticas”. São exemplos dessas últimas máquinas a câmera fotográfica, a prensa mecânica e o cinema, as quais “são máquinas habilitadas para produzir e reproduzir linguagens e que funcionam, por isso mesmo, como meios de comunicação” (SANTAELLA, 2005b, p.11). Ainda sobre as relações dos meios de comunicação com as culturas, Santaella prossegue:

Processos comunicativos não são epifenômenos sociais. Ao contrário, a introdução de novos meios de comunicação conforma novos ambientes culturais, sendo capaz de alterar as interações sociais e a estrutura social em geral. Isto assim se dá especialmente porque os meios de comunicação são inseparáveis do nível de desenvolvimento das forças produtivas de uma sociedade, de modo que eles estão sempre inextricavelmente atados ao modo de produção econômico-político-social (SANTAELLA, 2005b, p.9-10).

Como uma conclusão desse pensamento de McLuhan sobre a hibridização dos meios que, posteriormente, foi assimilado por diversos pesquisadores do campo da comunicação social, tem-se:

O que estou querendo dizer é que os meios, como extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam. O rádio alterou a forma das histórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, com o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das radionovelas (MCLUHAN, 1971, p.72).

McLuhan opera, assim, com o hibridismo dos meios de comunicação como convergência dos mesmos. No mesmo sentido de McLuhan, Machado (2008) aproxima as noções de “hibridismo” e “convergência”, a partir de uma perspectiva histórica.

Essa perspectiva temporal da inserção do vocábulo nas pesquisas da contemporaneidade se evidencia claramente quando Machado (2008, p.60) afirma que, ao longo da história do pensamento sobre os meios de comunicação, é possível encontrar duas principais abordagens: uma, que representa uma tendência de se pensar os meios em função das suas especificidades, e outra, que considera a convergência dos meios. As duas posições podem ser assim

resumidas: “pensamento da divergência”<sup>68</sup> em oposição ao “pensamento da convergência”.

Se o pensamento da divergência foi soberano, sobretudo nas pesquisas realizadas entre os anos de 1950 e meados de 1980, na contemporaneidade, impõe-se o pensamento da convergência, o qual privilegia a complexidade e hibridização dos meios. Também Machado (2008, p.65) afirma que “ao purismo, e às vezes, até mesmo o fundamentalismo ortodoxo das abordagens divergentes e separatistas, tendemos hoje a preferir os casos mais prósperos e inovadores de hibridização”.

Para Santaella (2005b, p.11), a era da comunicação de massa estabeleceu um contexto preponderante para a introdução à hibridização dos meios no campo da comunicação, pois ela “deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e de cultura”. E, por fim, esse mesmo sentido, Machado (2008, p.67) afirma que “todos os meios e artes entraram num processo de expansão, como se os círculos definidores de todas as artes e meios ameaçassem se fundir num único círculo do tamanho do campo inteiro da cultura”.

#### **4.3.3.Hibridismo nas artes**

Uma vez que há linguagens e meios de comunicação híbridos, também há artes híbridas. São exemplos desse tipo de arte, entre outros, o teatro, a ópera e a performance. “Híbridas, neste contexto, significa linguagens e meios que se misturam, compondo um todo mesclado e interconectado de sistemas de signos que se juntam para formar uma sintaxe integrada” (SANTAELLA, 2003, p.135).

E são diversas as razões para o aparecimento dos processos de hibridização no campo das artes. Segundo Santaella (2003, p.135), dentre as razões, “devem estar incluídas as misturas de materiais, suportes e meios, disponíveis aos artistas e propiciadas pela sobreposição crescente e sincronização conseqüente das culturas artesanal, industrial-mecânica, industrial

---

<sup>68</sup> Este tipo de pensamento é dominado por uma tendência maior de se pensar os meios em função de suas especificidades. Exemplos arrolados por Machado (2008) de pensadores que compõem esse grupo são: Roland Barthes, Susan Sontag, André Bazin, Philippe Dubois e Jean-Marie Schaffer, no terreno da fotografia. No âmbito do pensamento das especificidades do cinema, André Bazin também seria um representante.

eletrônica e teleinformática”. Também Santaella (2005b, p.48, grifo nosso) afirma que, na pós-modernidade, os fenômenos de hibridização e de desterritorialização da cultura, que já se mostravam presentes no movimento dadaísta e que foram retomados na “*pop art*, atingiram seu ápice muito provavelmente devido à consciência que então emergia, da globalização e das *misturas* que, a partir de então, tornar-se-iam constantes entre o global e o local, o passado e o presente”.

A partir desse olhar sobre a consequente sincronização de técnicas e/ou tecnologias, pode-se recuperar uma trajetória histórica que vá buscar as fontes das hibridizações contemporâneas em movimentos artísticos do século passado. Os artistas da *pop art*, por exemplo, “fazendo uso irônico, crítico e inusitadamente criativo dos ícones da cultura de massas, deram continuidade à hibridização das artes já iniciadas no Dada” (SANTAELLA, 2003, p.137). No entanto, é a partir da *pop art* que se assiste a uma profusão de misturas e hibridismos de meios, materiais e técnicas, intensificados na década de 1970, quando se tornaram mais corriqueiras manifestações artísticas como instalações em ambientes de arte alternativos.

Esses hibridismos manifestos nos anos de 1970 vão ao encontro de um pensamento pós-moderno, para o qual as regras de produção e consumo necessariamente estão influenciadas por processos de hibridização. Os pós-modernistas tendem a aceitar uma teoria diferente daquela aceita pelos modernistas quanto à natureza da linguagem e da comunicação.

Enquanto os modernistas pressupunham uma relação rígida e identificável entre o que era dito (o significado ou “mensagem”) e o modo com estava dito (o significante ou “meio”), o pensamento pós-estruturalista os vê “separando-se e reunindo-se continuamente em novas combinações”. O “desconstrucionismo” (movimento iniciado pela leitura de Martin Heidegger por Derrida no final dos anos 60) surge aqui como um poderoso estímulo para os modos de pensamento pós-modernos. O desconstrucionismo é menos uma posição filosófica do que um modo de pensar sobre textos e de “ler” textos (HARVEY, 2008, p.53).

A vida cultural a partir de então, sob esse ponto de vista, se resume a um entrelaçamento intertextual, uma espécie de híbrido que possui vida própria, uma vez que “a linguagem opera através de nós. Reconhecendo isso, o impulso desconstrucionista é procurar, dentro de um texto por outro, dissolver um texto em outro ou embutir um texto em outro” (HARVEY, 2008, p.54). Enfim, é legítimo afirmar que a postura pós-moderna, ou contemporânea, inclusive no campo das artes, trata-se de uma ação de produção de híbridos.

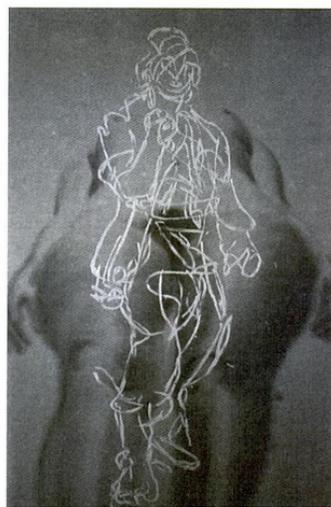
É por isso que técnicas de colagem ou montagem, já presentes preliminarmente em movimentos modernistas, como no Surrealismo, no Dadaísmo ou no Cubismo<sup>69</sup>, mostraram-se como fundamentais nos processos de configuração artística pós-modernos. De acordo com Harvey (2008, p.55),

Derrida considera a colagem/montagem a modalidade primária de discurso pós-moderno. A heterogeneidade inerente a isso (seja na pintura, na escritura ou na arquitetura) nos estimula, como receptores do texto ou imagem, “a produzir uma significação que não poderia ser unívoca nem estável”. Produtores e consumidores de “textos” (artefatos culturais) participam da produção de significações e sentidos (daí a ênfase de Hassan no “processo”, na “*performance*”, no “*happening*” e na “participação” no estilo pós-moderno).

Dois obras apresentadas por Harvey (2008) como exemplares das questões abordadas pela arte contemporânea são *Persimon* (1964), a obra pós-modernista pioneira de Rauschenberg, e *Tight as houses* (1980), de David Salle. No caso da primeira obra, há vários temas que se hibridizam para a produção de uma colagem; há, inclusive, a reprodução direta da obra *Vênus no banho*, de Rubens. No segundo caso, há uma colisão e superposição de diferentes mundos ontológicos, “uma das principais características da arte pós-moderna” (HARVEY, 2008, p.54).



(1)



(2)

Figura 10 – Colagens como mote da produção artística contemporânea.

<sup>69</sup> De acordo com Costa (2010, p.135, grifos do autor), foram “a colagem e o cubismo historicamente associados a Braque e a Picasso, que prepararam caminho ao ready made de Duchamp e à ação nos campos ampliados da galeria — novamente por Duchamp —, e do ateliê por Schwitzer, entre outros vanguardistas do século XX”.

(1) *Persimon*, (1964). Rauschenberg. Disponível em: <<http://www.artnet.com/Magazine/news/finch/Images/finch9-25-3.jpg>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

(2) *Tight as houses* (1980), David Salle. Fonte: Harvey (2008, p.54).

Nas palavras de Ferrara (1986, p.112), “a proliferação das colagens leva à amplificação sintática como um traço estrutural que é como que a paródia de uma combinatória (...). O significado não está no que se vê, mas no como se vê”. A autora ainda prossegue:

Ao lado da apreensão descondicionada do cotidiano, a fragmentação da realidade é outra tônica da oxigenação perceptiva proposta pela *pop art*. A fragmentação visual, a colagem tomada como princípio sintático colocam em questão o problema do posicionamento sígnico num produto de linguagem. Ao mesmo tempo em que rompe a contiguidade, a lógica linear e hierárquica dos constituintes de um sistema sígnico, o posicionamento realça os componentes da linguagem na medida em que os paradigmata. A antilógica paradigmática da fragmentação visual proposta pela colagem é outra forma de propor um estranhamento do receptor porque impõe à percepção a trama, a tessitura, a rede dos signos na estruturação de linguagem e na articulação anárquica do significado que não se submete à decodificação única e acabada (FERRARA, 1986, p.112).

Se, por um lado, a mistura entre imagens não se restringe ao campo das artes, por outro, vale destacar que esse é um universo privilegiado, pois nele “as imagens se acasalam e se interpenetram no cotidiano até o ponto de se poder afirmar que a mistura se constitui no estatuto mesmo da imagem contemporânea” (SANTAELLA, 2003, p.137). Sobretudo após o advento da hipermídia, a linguagem das mídias digitais, os processos de hibridização aumentaram, não somente entre imagens, mas também se fundem no ambiente digital os sons e os textos. Harvey (2008, p.61) afirma que “os produtores culturais aprenderam a explorar e a usar novas tecnologias, a mídia e, em última análise, as possibilidades multimídia”.

Diante das possibilidades de processos de hibridização, nota-se que a questão dos híbridos no âmbito das artes é muito vasta. No entanto, Santaella (2003, p.135-136) destaca três campos que lhe parecem mais significativos:

Primeiro: as misturas no âmbito interno das imagens, interinfluências, acasalamentos, passagens entre as imagens artesanais, as fotográficas, incluindo cinema e vídeo, e as infográficas. Segundo: as paisagens sígnicas das instalações e ambientes que colocam em justaposição objetos, imagens artesanais bi e tridimensionais, fotos, filmes, vídeos, imagens infográficas e ciberambientes numa arquitetura capaz de instaurar novas ordens de sensibilidade. Terceiro: as misturas de meios tecnológicos presididos pela informática e teleinformática que, graças à convergência das mídias, transformou as hibridizações das mais diversas ordens em princípio constitutivo daquilo que vem sendo chamado de ciberarte.

Por fim, cabe mencionar que, no território das artes, como bem ponderou Santaella (2003, p.135), os processos de hibridização podem ser chamados de processos de intersemiose. São nesses processos que se apoiaram as vanguardas estéticas do século XX e que, na contemporaneidade, se fundamentam as artes híbridas, as quais clamam por um novo vocabulário capaz de atribuir-lhes sentidos (PAPASTERGIADIS, 2005, p.39, tradução nossa), uma vez que são formas complexas de representação que se valem de “signos que contém dentro de si uma multiplicidade de outros signos”<sup>70</sup>.

#### 4.3.4. Hibridismo no design

Assim como nas culturas, nas comunicações e nas artes, o hibridismo também se manifesta no campo do design, em produtos das suas diversas modalidades. E, por ser um conceito polissêmico e não unitário (KRAIDY, 2007, p.vi), o hibridismo encontra abordagens diferentes nesse campo, as quais variam de acordo com o marco teórico utilizado pelos autores/pesquisadores, bem como em função dos objetivos de suas investigações.

Pode-se observar que são dois os tipos principais de abordagens dos hibridismos no campo do design, os quais, embora se diferenciem entre si, sobretudo pelo referencial teórico que os sustentam, complementam-se: (1) a produção do design no seio de uma cultura híbrida ou num contexto de “globalização” e (2) a produção do design a partir de linguagens híbridas. Enquanto a primeira abordagem se insere mais dentro de uma visão sociológica, cuja base está nos estudos culturais, para a compreensão do lugar dos produtos do design enquanto bens da cultura material, a segunda lança um olhar mais específico sobre os próprios elementos de configuração do design e da sua linguagem.

Sob o enfoque do primeiro tipo de abordagem supracitado, o design brasileiro tem sido, recorrentemente, apontado como um design híbrido. Um exemplo é a pesquisa de doutoramento de Dijon De Moraes, desdobrada no livro intitulado *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*, em que Moraes (2006, p.22) interpreta a experiência do design brasileiro “como um laboratório multicultural, que antecipa, em várias situações, os efeitos da globalização”.

---

<sup>70</sup> Do original: “signs that contain within them a multiplicity of other signs”.

Expressões que se relacionam com o termo “híbrido”, além de estarem presentes no subtítulo do referido livro (*mimese e mestiçagem*), são empregadas no título do quarto capítulo (*A caminho de um design múltiplo*) e de seus subcapítulos (*A caminho de um pensamento plural; O design no contexto de uma cultura heterogênea; Multiculturalismo com aspecto local; e Mestiçagem e design brasileiro*), nos quais Moares (2006, p.143-194) analisa a história do design brasileiro entre 1980 e 1990. Já o título do quinto capítulo, que analisa o design no período de 1990 a 2000, é *A caminho da globalização de fato*, o qual contempla, necessariamente, os processos de hibridização.

É a partir das reflexões sobre a trilogia design, Brasil e Globalização que, Moares (2006, p.262, grifos nossos) aponta o lugar do design na cultura contemporânea:

(...) pode-se supor que, através do fenômeno de globalização, surjam novos modelos e praxis para a atividade de design que tenderão, ao menos em parte, a considerar as referências regionais *múltiplas, sincréticas, híbridas, plurais* e, por fim, aquelas *mestiças e multiculturais*. Aspectos estes aqui entendidos como parte intrínseca da *globalização* e da segunda modernidade em formação, isto é: que apontam para a convivência entre valores de sentidos *múltiplos* e dinâmicos.

Desse ponto de vista, Moares (2006, p.260, grifos nossos) afirma:

(...) [a] nova realidade do design brasileiro nos conduz a um aspecto que começa hoje a tornar-se conhecido como uma *estética multicultural*, em que se nota uma forte presença dos *signos híbridos* e de uma energia singularmente brasileira. É importante salientar que este novo modelo local, ainda em formação, resulta por captar com mais precisão o *pluralismo* ético, étnico e estético do Brasil.

Como se pode observar, as pesquisas de Moraes (2008) o levam a destacar o design brasileiro como uma produção híbrida:

É importante ressaltar que a falta de unicidade no design brasileiro não provém da falta de cultura, mas, ao contrário, do seu excesso. Em outras palavras, o contínuo processo de interação entre culturas e influências diversas ocorridas no design brasileiro, promoveu renovações mais velozes que sua institucionalização como um modelo único. Isto é: não lhe conferiu, por fim, valores simbólicos e icônicos estáticos, mas, ao contrário, fluidos e renováveis. O interessante teorema design brasileiro apresenta, portanto, como elemento de unicidade, a energia da sua própria renovação. Fenômeno este que, hoje, também se manifesta junto ao processo de globalização mundial em formação (MORAES, 2008, p.176).

Nota-se que as considerações de Moraes (2008, p.184), sobre o hibridismo no design brasileiro, são decorrentes de uma abordagem que insere a produção nacional em um contexto de heterogeneidade cultural:

O design, dentro da heterogeneidade de uma cultura múltipla, vem ser possível quando se promove a união de diferentes elementos que

conciliam harmonia e equilíbrio entre si. Assim pode ser dado espaço ao design no âmbito de uma cultura múltipla, promovendo a rica coligação entre elementos afins apesar de origens diversas. E este, a meu ver, é um dos grandes desafios da atividade de design dentro deste novo modelo de globalização mundial. Neste sentido, devido à incontestável harmonia obtida durante o transcurso de hibridação entre diferentes raças e da maturação da sua própria multiculturalidade, o Brasil começa a deixar a margem da periferia e se desponta com grande chance e potencial de se revelar como país protagonista dentro deste novo cenário que se estabelece.

Mas o ideal pluralista do design brasileiro continua a apresentar muitos desafios dentro de uma sociedade em que os maiores conflitos foram, e ainda são, gerados pela complexidade de decodificação dentro da grande diversidade existente.

Já, sob o enfoque do segundo tipo de abordagem, Mônica Moura escreve um artigo intitulado *Design contemporâneo = cultura digital + linguagem + hibridismo*, o qual “trata das mudanças na criação e produção do design gráfico a partir da disseminação da tecnologia digital” (MOURA, 2005, p.1). O foco da autora está nos hibridismos propiciados pelas associações das técnicas, da linguagem digital.

Sobre o hibridismo, Moura (2005, p.7) escreve:

Devemos lembrar que o jornal, o teatro, o cinema, a televisão e a produção videográfica trouxeram o hibridismo em diferentes graus e quantidades de linguagens inter-relacionadas, mas o ápice do hibridismo pode ser encontrado a partir da utilização da computação gráfica e dos sistemas informáticos-digitais que geram uma constante ressignificação de valores e possibilidades na produção contemporânea.

O hibridismo é o encontro ou associação de duas ou mais mídias. Amplia as descobertas e possibilidades criativas e permite desenvolver novas formas de criação e expressão imagéticas e projetuais. Sabemos que a utilização do hibridismo não foi inaugurada a partir da cultura digital, mas nos parece que nunca tantos meios foram acionados ao mesmo tempo, nunca houve tanta miscigenação, tanto cruzamento, tanto inter-relacionamento entre elementos advindos de diferentes processos, linguagens e mídias.

São exemplos citados por Moura (2005), entre outros, o cartaz criado e desenvolvido por April Greiman para a revista *Design Quarterly* (1986), e uma série de capas de CD (*compact disc*) desenvolvidos pelos designers do Me Company para a cantora Bjorg — *Army of Me* (1995), *Bachelorette* (1997) e *Alarm Call* (1998), os quais apresentavam uma “miscigenação entre homem e máquina gerando organismos cibernéticos, aplicando modelos virtuais construídos em 2D e 3D” (MOURA, 2005, p.5). Esses trabalhos, de acordo com Moura (2005, p.5), evidenciam “a presença da miscigenação de linguagens através dos recursos possibilitados e da influência exercida pelas novas tecnologias e mídias”.

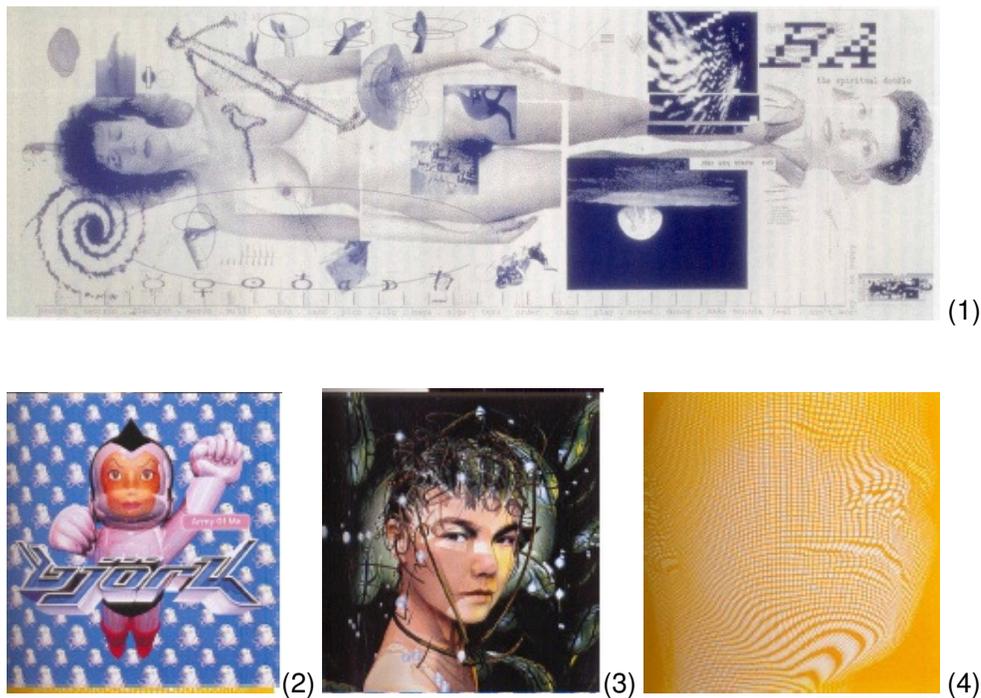


Figura 11 – Híbridismos no design gráfico.

(1) April Greiman. Cartaz, Revista Design Quarterly, n. 133, EUA, 1986. Fonte: Moura (2005, p.2);

(2) Me Company, Capa de CD Bjorg - *Army of Me*, 1995. Fonte: Moura (2005, p.4);

(3) Me Company, Capa de CD Bjorg - *Bachelorette*, 1997. Fonte: Moura (2005, p.4);

(4) Me Company, Capa de CD Bjorg - *Alarm Call*, 1998. Fonte: Moura (2005, p.4).

De acordo com Moura (2003, p.192, grifo nosso), no campo do design, o *hibridismo* vem no sentido contrário da organização, da limpeza visual e da formalidade funcionalista e ulmiana, rompendo com este axioma, mas abrindo amplamente as possibilidades de criação, de experimentação e de exploração de uma nova linguagem.

Uma vez que o aparecimento de uma nova linguagem não pressupõe a anulação de nenhuma das que lhe precedem, pois as linguagens “vão se sobrepondo e se misturando na constituição de uma malha cultural cada vez mais complexa e densa” (SANTAELLA, 2005b, p.9), no design contemporâneo, é possível a coexistência de todas as formas de configuração dos objetos,

manifestadas separadamente ou misturadas entre si, mas recorrentemente influenciada pelos hibridismos.

Toda essa complexidade revelada na contemporaneidade também encontra seus primórdios na própria constituição do design enquanto atividade e campo do saber. De acordo com Campos (2009, p.67), “em sua origem, o design também apresenta uma certa complexidade: ele vem do artesanato, da arte, dos primeiros manufaturados, das primeiras oficinas de tipografia, enfim, não há uma paternidade e maternidade únicas”. Portanto, pode-se depreender que, em última instância, o design já nasce como uma linguagem híbrida. E, nesse caso, o hibridismo também seria o grau zero do design.

Vale destacar também que a vocação para o hibridismo do design contemporâneo que se evidencia tem atraído a atenção, nos últimos anos, de investigadores do campo. Tal fato pode ser atestado através do levantamento de algumas pesquisas de pós-graduação<sup>71</sup> que têm discutido esse tema como, por exemplo, os trabalhos de Marcelo Marino Bicudo (*O design híbrido na escala da comunicação urbana*, 2003; *Design líquido, comunicação interespacial e arquitetônica*, 2008), de Winnie Maria Bastian Francisco (*Moda e design: confluências e convergências*, 2008), de Mercêdes Luiza da Costa e Silva (*O decorativismo na contemporaneidade como manifestação do reencantamento do design pela práxis criativa do usuário*, 2008), de Rogério Zanetti Gomes (*OVO – o hibridismo no design brasileiro contemporâneo*, 2009), de Lindsay Jemima Cresto (*A resignificação da relação entre design e tecnologia na obra dos irmãos Campana*, 2009) e de Tatiana Azzi Roizenbruch (*O jogo das diferenças: design e arte popular no cenário multicultural brasileiro*, 2009).

Todas essas pesquisas supracitadas revelam a produção do campo do design na contemporaneidade, independentemente da modalidade abordada, como resultado de processos de hibridização, manifestos tanto por meio da construção de linguagens híbridas, quanto como produtos da (multi)cultura material.

---

<sup>71</sup> Somam-se, a esse grupo, todas as pesquisas que investigam, ainda que indiretamente, a linguagem híbrida do design como, por exemplo, as teses de doutoramento de Monica Moura (*O design de hipermídia*, 2003) e de Dijon De Moraes (pesquisa relatada no livro *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*, 2006).

#### 4.4.Limites do *híbrido* e suas delimitações no âmbito desta tese

Pensar o hibridismo como uma categoria teórica e analítica válida para a compreensão da contemporaneidade, e, no caso o particular desta tese, do design contemporâneo, pressupõe testar limites desse conceito e revelá-los. Afinal, de acordo com Canclini (2008, p.27), “uma teoria não ingênua da hibridação é inseparável de uma consciência crítica de seus limites, do que não se deixa ou não quer ou não pode ser hibridado”.

Alguns dos paradoxos inerentes ao conceito de híbrido, tais como homogeneidade versus heterogeneidade e excepcionalidade versus naturalidade, já foram supracitados. Também, já se chamou atenção para o perigo de se adotar o termo “híbrido” sem uma devida cautela, sobretudo devido à força ideológica que tal verbete pode adquirir quando circunscrito no âmbito da cultura, ou sem que se precise sobre o que, de fato, se trata, uma vez que são múltiplos os seus significados.

No entanto, ainda cabe, aqui, colocar a seguinte questão levantada por Machado (2008, p.76): “resta perguntar agora para onde toda essa hibridização nos conduz e que políticas ela pressupõe”. Tal questão é trazida à baila, pois, em algumas situações, “o discurso da convergência tem um tom excessivamente celebratório, como se toda hibridização correspondesse sempre a uma harmonização daquilo que antes era fragmentado e beligerante” (MACHADO, 2008, p.76-77). Ou seja,

muitas vezes, a noção de convergência pode sugerir uma fácil integração e uma fusão harmoniosa das formas de cultura, sem dar peso suficiente às contradições que se operam dentro dela e sem considerar os prejuízos que ela pode causar a tudo aquilo que não se deixa hibridizar com facilidade (MACHADO, 2008, p.76).

Se, por um lado, os processos de hibridização produzem coisas novas, inovações propriamente ditas, e propõem avanços em termos de complexidades, por outro, instauram desigualdades e assimetrias entre os fatos de cultura que eles agregam (MACHADO, 2008, p.77). Um exemplo, até um tanto quanto romântico e saudosista, porém real, citado por Machado (2008, p.77) é

(...) o caso do processo de informatização forçada que estamos vivendo hoje, em que os meios (fotografia, cinema, vídeo, televisão, gravação sonora etc.) estão sendo constrangidos a transitar para o digital, numa velocidade que chega a ser predatória, pois gera excluídos, gerações incapazes de se adaptar, obsolescência tecnológica e sucateamento de acervos.

Machado (2008, p.78) ainda conclui:

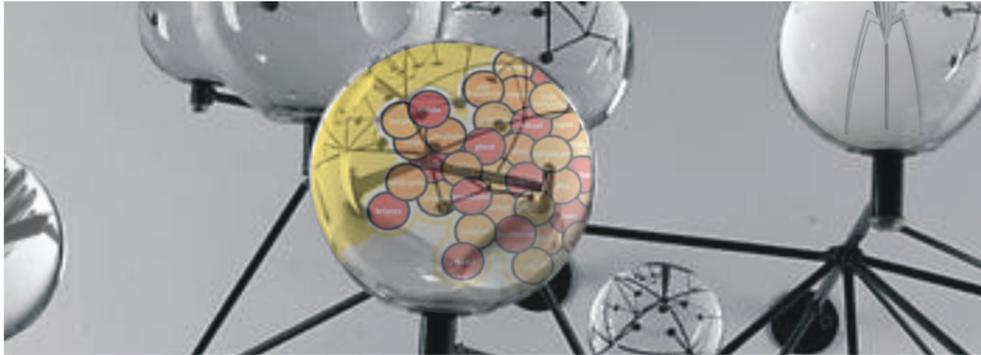
Às vezes, o hibridismo pode até mesmo dar expressão a algum tipo de esquizofrenia, como acontece nos ambientes computacionais, em que a possibilidade de acesso às mais variadas fontes em formatos digitais e a facilidade de fusão de todas essas fontes na tela do computador fazem com que muitos realizadores se sintam quase constrangidos a juntar tudo, produzindo resultados que estão mais para pirotécnica de efeitos do que para a consistência estética e comunicativa do produto.

A “multiplicação espetacular de hibridações durante o século XX não facilita precisar do quê se trata”, pondera Canclini (2003, p.xx). Portanto, há que se destacar que o interesse levado a cabo durante a pesquisa aqui relatada recaiu sobre o hibridismo dos códigos, dos sistemas sógnicos, dos meios de comunicação, enfim, das linguagens, com vistas a dar lastro para a investigação das manifestações híbridas no design contemporâneo.

Para essa abordagem, o emprego do termo híbrido se deu, sobretudo, conforme é utilizado nos estudos semióticos das linguagens e das comunicações desenvolvidos por, entre outros, McLuhan (1971), Plaza (2003), Machado (2008) e Santaella (2005b; 2010). Em McLuhan (1971), encontra-se um aporte conceitual indispensável, embora não muito extenso, posto que ele se refere à hibridização como um processo de mistura dos meios de comunicação. Em Plaza (2003), os processos de hibridização se manifestam em suas traduções intersemióticas, direcionadas, sobretudo, às operações tradutórias no campo das artes. Tanto em Machado (2008) quanto em Santaella (2005b; 2010), o hibridismo diz respeito às misturas de linguagens, com enfoque específico no surgimento das linguagens híbridas após o advento da era digital.

O hibridismo é, então, utilizado como uma categoria analítica para se compreender, de forma geral, a sociedade contemporânea e, de modo mais específico, as linguagens na contemporaneidade. Sendo o design, também um fenômeno de linguagem, logo o hibridismo apresenta-se como uma categoria contemporânea para o seu estudo.

## 5. Aportes teóricos para o estudo da linguagem híbrida do design



*A ciência e os signos estão inseparavelmente interligados, pois a ciência não só põe o homem em contato com signos mais dignos de confiança, mas também incorpora os seus resultados em sistemas de signos*

(MORRIS, 1976, p.9).

## 5. Aportes teóricos para o estudo da linguagem híbrida do design

Nos capítulos anteriores foram expostos o tecido conceitual e o referencial teórico que sustentam, nesta tese, as relações entre design, hibridismo e linguagem. Cabe agora apresentar o aporte teórico utilizado na pesquisa específica da linguagem híbrida do design, o qual encontra seu maior lastro na semiótica (peirceana), mais especificamente, na obra de Morris (1976).

O estudo do design como fenômeno de linguagem, bem como da linguagem do design, pressupõe abordar seus produtos como signos, portadores de mensagens, manifestações perceptíveis dotadas de significado e função. Considerando-se a noção triádica do signo peirceano, é que se pode aproximar a tricotomia dos signos com os elementos do design (forma, significado e função), revelar as dimensões semióticas dos produtos (sintática, semântica e pragmática) e correlacioná-las com as funções dos produtos (estética, simbólica e prática).

Todo esse referencial se apresenta como um aporte teórico para o estudo da linguagem híbrida do design, pois as dimensões semióticas desenvolvidas por Morris (1976), aplicadas ao campo do design, fornecem subsídios para se pensar, sob três enfoques distintos os hibridismos no design, manifestos concretamente por meio das formas, dos significados e das funções, e que se realizam no cumprimento das funções dos produtos.

### 5.1.A tríade do design: forma, significado e função

Admite-se, nesta tese, que o design se constitui a partir da integração entre forma, significado e função. É da hibridização desses três aspectos e no cumprimento de suas funções estética, simbólica e prática, que o design busca responder ou atender às demandas humanas. A conceituação de design proposta por Heskett (2008, p.13, grifos nossos) traz intrinsecamente esta noção: “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 na tríade sógnica peirceana.

Também o gráfico seguinte, proposto por Schulmann (1994, p.60), contempla, por meio de outras palavras, a concepção do design a partir da referida tríade. De acordo com o autor, para o design são relevantes as *características intrínsecas* (materiais, tecnologias, custos e qualidades estéticas<sup>72</sup>), as *características extrínsecas* (aspectos afetivos, socioculturais, semânticos e simbólicos) e as questões do *uso e funcionalidade* (comportamento de uso, enriquecimento das funções, manutenção, durabilidade, confiança e segurança).

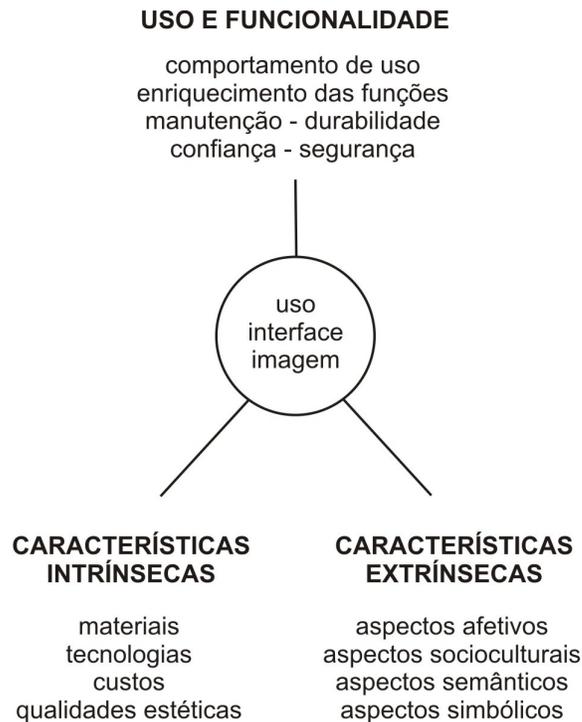


Figura 12 - Dados relativos ao produto.

Fonte: Adaptação do autor. Fonte original: Schulmann (1994, p.60).

<sup>72</sup> No gráfico original, as *qualidades estéticas* estão inseridas no âmbito das *características extrínsecas*. No entanto, optou-se por recontextualizá-las como *características intrínsecas*, para manter o paralelismo com o referencial teórico adotado nesta tese.

Embora não seja um objetivo desta tese apresentar, detalhadamente, a teoria dos signos de Peirce, cabe lembrar que a noção do signo proposta por ele é triádica, ou seja, trata-se de três elementos correlatos. Dentro dessa visão, o signo é um primeiro (o representâmen) que põe um segundo elemento (seu objeto) numa relação com um terceiro (seu interpretante). Para Peirce (1977, p.46), “um signo, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente desta pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido”.

Uma vez que a teoria semiótica é completamente baseada em tríades, Peirce dividiu os signos em três tricotomias e as reuniu em três categorias universais: Primeiridade (*Firstness*), Secundidade (*Secondness*) e Terceiridade (*Thirdness*). Isso porque o filósofo concluiu que toda a variedade dos fenômenos podia ser reduzida a apenas três categorias gerais ou modos de ser. Cada uma das categorias se funda em uma relação lógica de um, dois e três.

Essas tricotomias podem ser verificadas no seguinte diagrama sintético do signo apresentado por Niemeyer (2003, p.41):




---

Figura 13 – Diagrama sintético do signo.  
Fonte: Niemeyer (2003, p.41).

Esta é a “lógica peirceana do inclusivo”: a Primeiridade está incluída na Secundidade, e essas duas, na Terceiridade. De acordo com o pensamento de

Peirce, há um processo evolutivo que relaciona as três categorias: a potencialidade da Primeiridade se faz existente na Secundidade e sua mediação, a fim de poder lidar com a existência, está subsumida à Terceiridade. Desta forma, a Secundidade pressupõe a Primeiridade; e a Terceiridade, por sua vez, pressupõe a Secundidade e a Primeiridade, tal qual uma escada em que um degrau se faz necessário para que se atinja o próximo. Assim, só existe um segundo, no momento em que ele é confrontado com um primeiro; e só existe um terceiro, quando um primeiro e um segundo se relacionam para gerá-lo. Esta síntese corresponde à representação<sup>73</sup>, à própria concepção de signo.

A Primeiridade está ligada à ideia de um primeiro que não está em relação a nada mais. É do âmbito da qualidade, imediaticidade, potencialidade, acaso, indeterminação, espontaneidade, originalidade, frescor, sentimento, possibilidade. A Secundidade é um segundo que se apresenta/ se contrapõe a um primeiro e, por isso, relaciona-se com as noções de ação e reação, alteridade, conflito, existência, singularidade, individualidade, oposição, negação, fato. Já a Terceiridade trata-se de um primeiro que se relaciona com um segundo, gerando um terceiro. As ideias relacionadas a esta categoria são de abstração, generalidade, continuidade, aprendizagem, evolução, lei, crescimento, futuro, representação.

De acordo com Santaella (2001, p.50-51), com base nos escritos de Peirce, são três os elementos ou categorias universais do pensamento e da natureza que constituem todas as experiências<sup>74</sup>: (1) Primeiridade: dá à experiência sua qualidade distintiva, seu frescor, originalidade irrepetível e liberdade; (2) Secundidade: é o que dá à experiência seu caráter factual, de luta e confronto; (3) Terceiridade: aproxima um primeiro e um segundo numa síntese intelectual, correspondendo à camada de inteligibilidade, ou pensamento e signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo.

Esse preâmbulo, embora seja recorrentemente apresentado nos estudos cuja fundamentação teórica encontra-se na semiótica ou exposto nas

---

<sup>73</sup> A semiótica é caracterizada por Peirce, em 1865, em sua primeira fase, como “a teoria geral das representações”. Já na fase tardia, Peirce aponta que a representação “é o processo de apresentação de um objeto a um intérprete de um signo ou a relação entre o signo e o objeto” (SANTAELLA e NÖTH, 2005, p.16-17). Representar é “estar em lugar de, isto é, estar numa tal relação com um outro que, para certos propósitos, é considerado por alguma mente como se fosse esse outro” (PEIRCE, 1977, p.61).

<sup>74</sup> Cf. Santaella (2001, p.35-54).

publicações sobre Peirce, faz-se necessário aqui, pois é a partir dessa noção que se propõe o enfoque do design por meio de sua tríade: forma, significado e função. Sob esse olhar, a forma está sob o domínio da Primeiridade; o significado, sob o domínio da Secundidade e a função, sob o domínio da Terceiridade. Ou ainda, a forma está para o representâmen, assim como o significado está para o objeto e a função está para o interpretante.

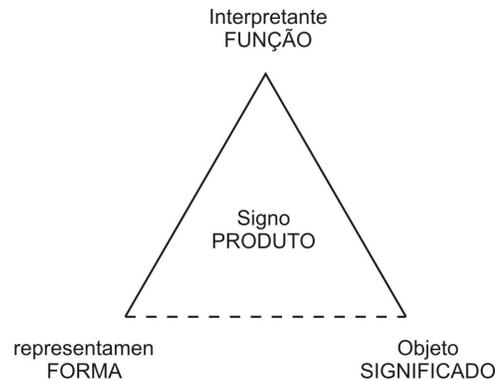


Figura 14 – Relações da forma, do significado e da função do design com o representâmen, o objeto e o interpretante do signo.

Fonte: do autor.

Cabe, porém, evidenciar que a ocorrência do signo é global (NOJIMA, 2008), portanto, decorre daí, a afirmação de que o design se faz a partir da reunião entre forma, significado e função. Retomando as tricotomias peirceanas, Nojima (2008) apresenta o seguinte gráfico:

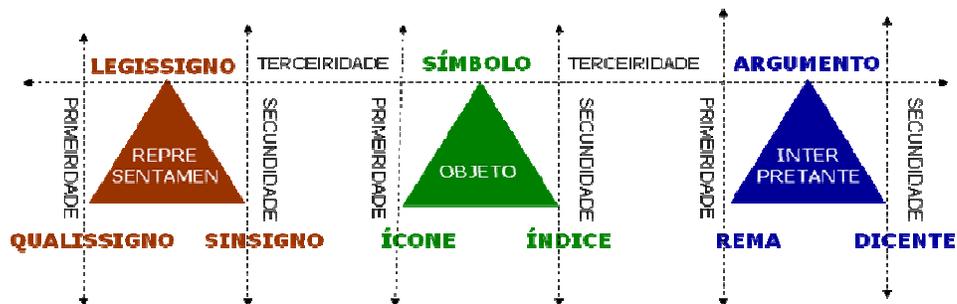


Figura 15 – O signo como uma ocorrência global.

Fonte: Nojima (2007).

Ao traçar linhas identificadas com as noções de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, Nojima (2007) busca evidenciar como se correlacionam os vetores para a formação das dez classes de signos postuladas por Peirce. Assim, pode-se dizer que, transpostas tais noções para o campo do design, portanto, ao se considerar um produto como um signo, sua forma estará mais bem definida quando se referir a um legissigno, quando for uma lei; seu significado estará potencialmente completo quando se tratar de um símbolo; e sua função se cumprirá plenamente conforme projetada tanto quanto mais forte for o argumento.

Vale ressaltar que, na concepção de Peirce, não há prioridade de uma categoria em detrimento de outra. No entanto, embora as três categorias coexistam nos fenômenos, cada uma pode, em determinado momento, mostrar-se mais proeminente que as demais. Assim também se comportam as formas, os significados e as funções no âmbito do design. Embora esses três elementos estejam sempre presentes na constituição do design, um deles pode se destacar. A maior ênfase em um dos determinados aspectos do design se articula com modos específicos de concepção dos produtos desse campo<sup>75</sup>, com visões de mundo e ideologias específicas, identificadas por Quarante (1994, p.291) como formalismo (*formalisme*), estilização (*stylisme*) e funcionalismo (*fonctionnalisme*).

Embora, de acordo com Quarante (1994, p.291, grifos da autora, tradução nossa), “um produto bem projetado deve ser um *todo coerente, resultante do equilíbrio*, tendo em conta diferentes critérios e exigências do problema”<sup>76</sup>, quando a concepção de um produto privilegia a forma, pode-se dizer que se trata de uma concepção formalista; 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), Bense apresenta três teorias nas quais podem-se apoiar os objetos de design: (1) teorias tecnológico-constructivas; (2) teorias semiótico-comunicativas; e (3) teoria

---

<sup>75</sup> Assim como no campo da linguística há três tipos de abordagem da linguagem (formalista, empirista e pragmatista), no campo do design evidenciam-se três pontos de vista distintos, o formalismo, a estilização e o funcionalismo, os quais se originam a partir do enfoque, respectivamente, na forma, no significado ou na função dos produtos.

<sup>76</sup> Do original: “*um produit bien pensé devrait être un tout cohérent résultant de l'équilibre, de la prise en compte des différents critères et exigences du problème*”.

teleológico-pragmática. Verifica-se que tais teorias são evidenciadas a partir da referência direta aos elementos da tríade do design: forma, significado e função<sup>77</sup>.

### 5.1.1. Forma

Forma é um termo muito abrangente, para o qual possuem diversas conceituações, bem como uma grande quantidade de sinônimos com diferentes significados. Trata-se de um termo polissêmico e “não perde nada para a polissemia dos termos ‘função’, ‘estrutura’ etc.” (LEFEBVRE, 2004, p.85). De acordo com Ching (2005, p.34), forma

pode se referir a uma aparência externa passível de ser reconhecida, como a de uma cadeira ou um corpo humano que se senta nela. Pode também aludir a uma condição particular na qual algo atua ou se manifesta, como quando falamos de água na forma de gelo ou vapor. Em arte e projeto, frequentemente utilizamos o termo para denotar a estrutura formal de um trabalho — a maneira de dispor e coordenar os elementos e partes de uma composição de forma a produzir uma imagem coerente.

Ainda segundo Ching (2005, p.34), “forma sugere referência tanto à estrutura interna e ao perfil exterior quanto ao princípio que confere unidade ao todo”. Tal afirmação parece encontrar eco nas seguintes palavras de Lefebvre (2004, p.87, grifo do autor): “Não há forma sem conteúdo. Não há conteúdo sem forma. Aquilo que se oferece à análise é sempre uma *unidade* entre a forma e o conteúdo”. Assim a forma apresenta-se como uma dialética e, “em um nível mais profundo, as formas podem incorporar um sentido metafísico, indo além das fronteiras do tangível e tornando-se símbolo de crença e fé, expressando as convicções e os desejos mais íntimos da humanidade” (HESKETT, 2008, p.44).

É por isso que o conceito de forma no design e seus empregos relacionam-se com os períodos históricos e com as ideologias de cada época. Por exemplo, as formas sóbrias e geométricas foram defendidas pelos

---

<sup>77</sup> Essas teorias também se relacionam diretamente com as dimensões das linguagens propostas por Morris (1976) e com a lógica do signo peirceano. De acordo com Walther-Bense (2000, p.91), as teorias podem ser assim descritas: (1) *teorias tecnológico-construtivas*, que pertencem à técnica clássica (mecânica) ou não clássica (automática); (2) *teorias semiótico-comunicativas*, que dizem respeito ao tratamento e à utilização, isto é, ao manejo dos objetos de design; e (3) uma *teoria teleológico-pragmática*, que concerne ao objeto de design como objeto de uso, isto é, com vistas a seu objetivo ou à sua utilização por alguém num âmbito determinado, fixado não apenas técnica, mas também esteticamente.

modernistas, desde Peter Behrens, um dos fundadores da Werkbund, passando por Theo van Doesburg, líder do grupo De Stijl, até Walter Gropius, diretor da escola Bauhaus, e Le Corbusier. De acordo com Heskett (2008, p.35), “a defesa da forma despojada e geométrica era, na verdade, mais compreensível como ideologia do papel do design na sociedade industrial do que como reflexo de quaisquer características inerentes aos métodos de produção”. Nota-se, pois, a íntima relação entre forma e significado, entre forma e conteúdo.

Forma, de acordo com Löbach (2007, p.159) é o conceito central da estética do objeto, “onde esta aparece como conceito superior para a aparência global de um objeto estético, como também para um produto industrial”. A forma “é a soma dos elementos da configuração e das relações recíprocas que se estabelecem entre esses elementos” (LÖBACH, 2007, p.159). Desse ponto de vista, articulando com questões de filosofia e psicologia, apresenta-se a teoria da forma ou teoria da *gestalt*, a qual surgiu na Alemanha, nos princípios do século XX. De acordo com Arnheim (2005, p.12), a palavra alemã *gestalt*, “usada para configuração ou forma<sup>78</sup> tem sido aplicada desde o início do nosso século [XX] a um conjunto de princípios científicos extraídos principalmente de experimentos de percepção sensorial”.

A teoria da Gestalt, extraída de uma rigorosa experimentação, vai sugerir uma resposta ao porquê de umas formas agradarem mais e outras não. Esta maneira de abordar o assunto opõe-se ao subjetivismo, pois a psicologia da forma se apoia na fisiologia do sistema nervoso, quando procura explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção (GOMES FILHO, 2004, p.18).

De acordo com Plaza (2003, p.85) o conceito de forma na teoria da *gestalt*, à luz da semiótica, refere-se “às condições e características estruturais dos objetos em isomorfia e equilíbrio com o campo da consciência perceptiva. Assim, as qualidades materiais do signo fornecem ao pensamento sua qualidade”. Portanto, levando-se em conta as categorias universais de Peirce, a forma pertence à Primeiridade. Adotando-se uma concepção triádica para um signo, a forma está no representâmen e é por meio da forma perceptível que o signo se manifesta. Assim, as formas têm um grande destaque no campo do design, pois a forma é a manifestação primeira do produto. A forma diz respeito à dimensão sintática.

---

<sup>78</sup> Embora a palavra *gestalt* signifique mais propriamente “estrutura” ou “organização”, a tradução “forma” foi adotada em diversos países (SANTAELLA, 2005a, p.201).

Um outro conceito de grande repercussão no design é o de boa-forma, o qual também se revela associado às questões ideológicas e históricas. De acordo com Cipiniuk (2008, p.195), “aquilo que os designers denominam boa-forma é, na verdade, uma forma de acordo com o contexto geral em que ela existe, submetida às leis do campo onde se estrutura, ou como nós a percebemos”. No campo das artes, o formalismo, associado à produção da forma pura, independente do seu caráter social ou ideológico, mostrou-se como uma manifestação de renovação da própria arte. Sobre esse formalismo, Cipiniuk (2008, p.195) escreve:

Contudo, houve quem entendesse o formalismo puro como metafísico, e que não era possível separar na obra de arte a forma do seu conteúdo. O formalismo era visto como um expediente de distorção da realidade, dissimulando por expedientes puramente formais as verdadeiras questões da humanidade, e que levavam os homens à indiferença, ao desinteressado jogo de formas, gratuito e inconsequente.

No âmbito do design, uma postura oposta ao formalismo encontrou lugar no funcionalismo. Sobre essa postura oposta, Cipiniuk (2008, p.195) afirma:

No campo do design, a forma de evitar o formalismo dos objetos seria projetá-lo com um mínimo de ornamentos ou decoração, atendo-se mais à função, mas, como vimos, isso é falso, pois a verdade é a totalidade, e esta inclui a ornamentação ou, no caminho para o conhecimento, a decoração, a fantasia e a imaginação.

Com esta afirmação corrobora Argan (2004, p.127), ao apontar que frequentemente a forma do objeto constitui um invólucro, que certamente protege o mecanismo interno mas também nos protege do mecanismo, o qual seria enfadonho ver, mas cuja presença e eficiência queremos, de algum modo, perceber através da forma externa do objeto.

Forty (2007, p.21) também evidencia a relevância e certa autonomia da forma no processo de configuração dos produtos do design:

Descrever o design como uma atividade que invariavelmente disfarça ou muda a forma do que supomos ser a realidade vai na direção oposta de muitos lugares-comuns sobre o design, em particular a crença de que a aparência de um produto deve ser uma expressão direta da sua finalidade, visão encarnada no aforismo “a forma segue a função”. A lógica desse argumento é que todos os objetos com a mesma finalidade deveriam ter a mesma aparência, mas é óbvio que esse não é o caso, como mostra, por exemplo, uma olhada de relance na história da cerâmica: produziram-se xícaras numa variedade infindável de formas.

Conforme se pode notar, embora a forma seja evidenciada na dimensão sintática, ela também se correlaciona com as dimensões semântica e pragmática. Ainda vale mencionar que a forma está também atrelada ao

desenvolvimento tecnológico dos materiais e da possibilidade de combinação dos mesmos.

Depois da madeira vergada, os designers de mobiliário trabalharam com outro material recém-inventado, o aço tubular, e depois com uma enorme gama de plásticos sintéticos e resina reforçada com vidro, com moldes de alumínio e extrusões de plástico e alumínio, e com modelagem rotacional. Nesse sentido, a cadeira é reflexo impressionante das mudanças em tecnologia, técnica de produção e estética — embora as inovações técnicas mais promissoras dos últimos anos, como a modelagem por sopro a gás, que levam em conta a produção barata de formas resistentes e intrincadamente esculpidas, foram antes emprestadas da indústria de autopeças do que produzidas para a manufatura moveleira (SUDJIC, 2010, p.184).

Também Moraes (2008, p.47-48) menciona a relevância dos materiais na história do design:

Os polímeros trouxeram uma grande contribuição para a evolução da indústria e para a cultura do design. Isso se deu em função da agilidade de produção adquirida junto ao uso desse material e das novas possibilidades de exploração estético-formal dos produtos concebidos. Após os polímeros, os objetos, principalmente os de uso diário, deixaram de ter uma face mecânica industrial e passaram a apresentar-se com mais liberdade e variação de forma, de acabamento e de cor.

### 5.1.2. Significado

De acordo com Bürdek (2006, p.249), o vocábulo “significado”, cujas versões em inglês são *“reference”* e *“detonation”*, “coincide de forma ampla com o termo semântica utilizado na semiótica”. Mas o autor adverte:

Importante, porém, é a diferença para o termo “sentido” (no inglês: *“sense”*, *“meaning”*). Keller (1986) esclareceu com o exemplo da língua a diferença: o significado de uma palavra se conhece ou não se conhece. Nós a conhecemos como este termo (no sentido de um acordo ou convenção) é utilizado. “Compreender o sentido” quer dizer “enxergar a intenção”, algo como no xadrez “encontrar o curso da estratégia”. Com este exemplo, fica claro que somente com a interpretação — neste caso com o conhecimento das regras — pode se encontrar o sentido (um lance de xadrez), do significado (de uma figura) (BÜRDEK, 2006, p.249).

Segundo Ferrara (2002, p.147), é o conceito de mediação que abarca outras palavras próximas do vocábulo significado, como sentido e significação, embora a mesma autora advirta que significado e significação não se confundam, pois “o primeiro é arbitrariamente estabelecido e o segundo é fruto de um processo incessante à procura de similaridades e analogias dispersas entre o mundo e as marcas ou sinais que o designam”. Sobre essas palavras, Peirce (1977, p.169) afirma que o sentido “é a impressão feita ou que

normalmente deve ser feita”; o significado “é aquilo que é pretendido”, é o propósito de um signo; e a significação “é o resultado real”. Sentido, significado e significação<sup>79</sup> foram três termos utilizados por Lady Welby para a *Encyclopaedia britannica* (COELHO NETTO, 1983, p.71) e se relacionam com os tipos de interpretantes dos signos peirceanos. De acordo com Coelho Netto (1983, p.71-72, grifos do autor),

*Sentido* é o efeito total que o signo foi calculado para produzir e que ele produz imediatamente na mente, sem qualquer reflexão prévia; é a interpretabilidade peculiar ao signo, antes de qualquer intérprete.

*Significado* é o efeito direto realmente produzido no intérprete pelo signo; é aquilo que é concretamente experimentado em cada ato de interpretação, dependendo portanto do intérprete e da condição do ato e sendo diferente de outra interpretação.

*Significação* é o efeito produzido pelo signo sobre o intérprete em condições que permitissem ao signo exercitar seu efeito total; é o resultado interpretativo a que todo e qualquer intérprete está destinado a chegar, se o signo receber a suficiente consideração.

Também Nojima (2008a, p.84), sobre essa diferenciação entre significado e significação, afirma que “a significação é o efeito produzido sobre o usuário do signo, de modo a permitir a abstração e a construção de conceitos expressos por outros signos” ao passo que “o significado é o efeito concretamente experimentado nesse percurso de leitura em situações contextualizadas”. E conclui: “o significado de um signo é sempre um outro signo, donde se pode concluir que a semiose se faz por relações triádicas. O significado se concretiza na medida em que é usado nas trocas comunicativas” (NOJIMA, 2008a, p.84).

Nota-se, portanto, a partir do exposto por Nojima, o vínculo entre significado e função. Dorfles (2002, p.51-52) mostra como essa relação pode ser mais complexa ainda, ao propor uma discussão sobre o simbolismo funcional:

Eis, portanto, como a partir do simbolismo particular do objeto industrial, pretendo referir-me à qualidade através da qual o objeto é levado, ou destinado desde o projeto, a “significar a sua função” de modo totalmente evidente mediante a semantização de um elemento plástico capaz de sublinhar o tipo de figuração que, de vez em quando, serve para nos indicar a função característica do objeto. Quase todos os objetos industriais — do telefone à *curtain wall*, da esferográfica ao avião — têm em si algumas qualidades formais que simbolizam as suas funções ou, se preferirmos, elementos “semânticos” aptos a torná-los mais facilmente identificáveis.

---

<sup>79</sup> Embora, partindo-se de uma abordagem linguística, Barthes (2007, p.212) também relaciona a significação ao nível mais complexo da semiose e afirma: “Em semiologia, o terceiro termo é apenas, como se sabe, a associação dos dois primeiros: é o único a apresentar-se de uma maneira plena e suficiente, e que é efetivamente consumido. Chamei-o de significação”.

O significado, de fato, não se apresenta completamente autônomo, pois está relacionado com a forma e com a função, seja condicionando-as ou sendo condicionado por elas. Sob esse aspecto, vale citar as palavras de Dorfles (2002, p.54) ao “recordar que a razão principal da tão frequente mudança das formas está, na maioria dos casos, relacionada com o elemento simbólico. Não já por motivos de funcionalidade, mas precisamente por motivos simbólicos e expressivos”. Também Papanek (1995, p.178) observa a mudança do significado dos objetos ao longo dos anos. O autor atribui essa mudança a duas fontes: (1) a maneira como a sociedade em mudança aceita novos utensílios e artefatos e como estes se desenvolvem semioticamente ao longo dos anos; (2) a maneira como são feitas.

Forty (2007, p.90) ilustra essa questão apresentando alguns exemplos da variedade de canivetes dobráveis vendidos pela firma norte-americana de reembolso postal *Montgomery Ward*, afirmando que “os canivetes ‘femininos’ distinguem-se sempre dos masculinos pelo tamanho menor e cabo mais fino, em geral feitos de osso branco (em vez de chifre, como era comum para homens)”.

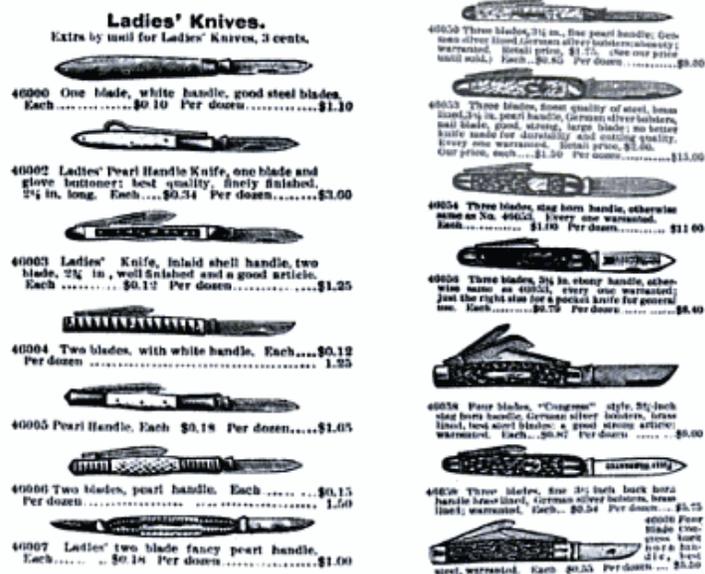


Figura 16 – Canivetes para senhoras e para homens. *Montgomery Ward*, 1895.  
Fonte: Forty (2007, p.90).

O significado de um produto está, portanto, relacionado principalmente à dimensão semântica do design. Tomando-se como exemplo um objeto recorrente e emblemático no design, uma cadeira, pode-se discutir a dimensão semântica. Sudjic (2010, p.177-180) afirma que

não é preciso muita perspicácia semântica para entender a posição especial que a cadeira ocupa no mundo preocupadíssimo com o *status* dos objetos feitos pelo homem. A cadeira e, antes, o banco existem há pelo menos três milênios — tempo suficiente para que tenha assumido uma autoridade própria, que não depende da autoridade dos que nela sentam. Assim, irremediavelmente confundiu signo com substância. Há assentos de poder, assentos de países, pronunciamentos *ex cathedra*, cadeiras de professores titulares de uma disciplina e, obviamente, *chairmen*, sem falar de berlinda, assentos de motorista e dos deputados. A cadeira, no fundo, é um objeto que deve ser descrito como útil, mas também é considerado culturalmente significativo porque tem uma longa história muito ligada a tantas finalidades que vão bem além da utilidade.

Historicamente, de acordo com Cardoso (2005, p.134), a ênfase na dimensão semântica do design, reporta-se ao período crítico da Grande Depressão Mundial de 1929-1935, quando “ganhou projeção o conceito do *styling* como forma de agregar valor estético ao produto e ajudar assim a estimular o consumidor a comprar novos artigos para substituir outros similares ainda servíveis mas já fora de moda”. Segundo Cardoso (2005, p.131),

O termo *styling*, ou estilização, tem sido aplicado de maneira sistemática e quase sempre pejorativa aos trabalhos de uma série de designers americanos que se notabilizaram nas décadas de 1930 e 1940 (...). Acusados de praticar um tipo de design que consiste em dar a qualquer objeto um tratamento superficial de reformulação estética — ou seja, de reduzir o design a uma questão de projetar novas embalagens para velhos produtos — o seu trabalho tem sido constantemente menosprezado nos relatos escritos a partir de uma perspectiva modernista, quase na proporção exatamente inversa em que têm sido supervalorizados os esforços das vanguardas europeias.

No entanto, se, por um lado, boa parte do movimento modernista privilegiou a função, ainda que por meios simbólicos, com emprego de formas minimalistas, econômicas, geométricas, honestas, lógicas e racionais, a produção dita pós-moderna, ou contemporânea, lançou uma ênfase sobre o significado.

Na década de 1980, uma tendência geralmente agrupada sob a denominação de pós-modernismo deu início a um nítido distanciamento da simplicidade geométrica do modernismo. Essa vertente, na essência, descreve aquilo que não é, em vez daquilo que é, já que sua principal característica é uma profusão eclética de formas frequentemente arbitrárias, sem nenhuma relação com a praticidade. Muito disso se justifica com o conceito de semântica do produto, em que se aproveita

bastante da teoria linguística de signos e significados (HESKETT, 2008, p.30).

De acordo com Dorfles (2002, p.55, grifos do autor), a partir desse período, pode-se compreender, de forma mais ampla, o conceito de “funcionalidade”, já há muito “considerado determinante para o objeto industrialmente produzido”, e, até mesmo, substituí-lo por “sematicidade”. Isto é:

um objeto, para ser funcional no verdadeiro sentido da palavra, deverá responder, não só a exigências práticas, utilitárias, de adequação às características do material utilizado e aos custos, etc., mas também a *exigências semióticas, de correspondência entre a forma do objeto e o seu significado*.

As palavras de Heskett (2008, p.36) complementam essa abordagem apresentada por Dorfles:

O significado, visto como um conceito do design, explica como as formas podem assumir sentido próprio de acordo com a maneira como são usadas, ou os papéis e valores a elas atribuídos, não raro se tornando símbolos ou ícones consistentes dos costumes e hábitos. Diferentemente da ênfase dada à eficiência, o significado tem mais a ver com expressão e sentido.

Dorfles (2002, p.54-55) também ressalta a relevância do significado do design, pois é um dado fundamental, no sentido em que é necessário, “que o objeto singular, ou conjunto de mais objetos complementares entre si [...], tenham uma clara correspondência com o significado que pretendem exprimir”. Por outro lado, de acordo com Heskett (2008, p.49), “a ênfase no significado revela um panorama de infinitas possibilidades para a elaboração de formas sempre novas e passíveis de renovação que exigem pouca ou nenhuma relação com seu propósito”. Tais pontos de vista, aparentemente paradoxais, na realidade, são complementares, pois não se excluem mutuamente; eles apenas revelam a complexidade que envolve a dimensão do significado no campo do design.

### 5.1.3.Função

A função é o terceiro elemento da tríade do design. Ela é inerente aos produtos do design, pois, como bem afirmou Sudjic (2010, p.203), “os objetos que podem ser categorizados como obras de design de fato carregam o fardo da utilidade”. Nesse sentido, afirma Saboya (2008, p.197) que “a razão de ser de alguma coisa é a sua função. A função, portanto, se relaciona com a

necessidade, na medida em que a satisfação das necessidades se dá através da realização das funções”.

Também Saboya (2008, p.197) menciona que, “de acordo com Bonsiepe, função é o ‘modo de ação pelo qual o design atende a seu propósito’, e, mais ainda, ‘função é, sobretudo, uma distinção criada pela linguagem’”. Vale destacar, portanto, que a função de um produto está diretamente relacionada à dimensão pragmática da linguagem. A “função tem a ver com o ‘para que serve’ um artefato ou informação, está associada portanto à ação e à objetividade” (SABOYA, 2008, p.197).

Mas “o termo função tem sido um dos mais polêmicos do design” — assegura Heskett (2008, p.34). Isso porque, a partir da afirmação do arquiteto americano Louis Sullivan (1856 – 1924), em 1869, de que *a forma sempre segue a função*, “a função no design passou a ser normalmente interpretada levando-se em conta sua praticidade, e conclui-se que a maneira de fazer um produto e o uso que se pretende dar a ele devem, inevitavelmente, manifestar-se em sua forma”. Essa teoria funcionalista que teve início século XIX<sup>80</sup>, com os arquitetos Henri Labrouste (1801 – 1875) e Louis Sullivan e o escultor Horatio Greenough (1805 – 1852), perdurou por um longo período do século XX, sobretudo, continuada e praticada por arquitetos como Adolf Loos (1870 – 1933), Walter Gropius (1883 – 1969) ou Le Corbusier (1887 – 1965). Também coube à escola alemã Bauhaus, na primeira metade do século XX, a fama por ter disseminado a aplicação da noção de funcionalidade como verdadeiro paradigma do design (CARDOSO, 2005, p. 112-121).

Em seu sentido original, a atenção para a forma “exprimira noções de simplicidade utilitária, onde a estrutura do artefato deveria ser expressa de forma absolutamente honesta pelo material” (SABOYA, 2008, p.197). Mas, uma exacerbada atenção à função gerou o movimento modernista denominado Funcionalismo, o qual apregoava que as formas podem ser desenvolvidas especificamente para se adaptarem às funções que desempenham.

---

<sup>80</sup> De acordo com Sparke (2010, p.98, tradução nossa), em 1914 já estavam “bem formadas as ideias derivadas arquitetonicamente do movimento moderno e claramente expressas as implicações para o design mediante uma teoria que se baseava na ideia de que ‘a forma segue a função’ e se relacionava com uma ‘estética da máquina’”. Do original: “bien formadas las ideas derivadas arquitectónicamente Del movimiento moderno y claramente expresadas SUS implicaciones para El diseño mediante una teoría que se basaba em La Idea de que ‘la forma siegue a la función’ y se relacionaba com una ‘estética de la máquina’”. Sobre a estética da máquina e outras questões do funcionalismo, ver Banham (1975), cujo título é *Teoria e projeto na primeira era da máquina*.

Assim, o *slogan* “A forma segue a função”, atribuído a Louis Sullivan, se tornou a síntese desse movimento que norteou os ideais de design por várias décadas. De acordo com Löbach (2007, p.89-90), são os seguintes preceitos da teoria dos funcionalistas: (a) eliminação dos adereços “inúteis” e “supérfluos” dos produtos; (b) utilização de princípios construtivos técnico-físicos e técnico-econômicos; (c) utilização racional dos meios disponíveis com objetivos bem determinados; (d) gastos mínimos para obter rendimento máximo; (e) custos mínimos de fabricação e de administração; e (f) renúncia à configuração de produtos com influências emocionais.

Sobre o funcionalismo, especificamente no âmbito do design, Souza (2008, p.43) afirma:

A ideologia do progresso, juntamente com o desenvolvimento técnico e científico, conduziu à ideia de que a beleza de um objeto depende de sua utilidade e eficiência — ou seja, de sua adequação à função a que se destina. Eis aí a definição clássica do funcionalismo em design.

No entanto, embora a visão funcionalista tenha predominado por anos no campo do design, conforme já apresentado na seção anterior, por volta dos anos de 1970, começou a ceder lugar para uma visão que explorava a dimensão semântica dos produtos. Assim, a função, entendida até então a partir de um ponto de vista prático, também abarcou questões de ordem estética e simbólica.

#### **5.1.4.A interdependência entre forma, significado e função**

Embora se possa acentuar, adotando-se uma postura analítica, o olhar isolado sobre a forma, o significado ou a função, na prática, sobretudo no design, essa divisão inexistente, pois esses elementos caracterizam-se como um todo imbricado, influenciando-se e redefinindo-se mutuamente.

Quando relacionados a forma, o significado e a função às categorias peirceanas de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, é que se pode compreender melhor a interdependência, pois de acordo com Peirce (1980, p.97),

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.

Bomfim (apud SABOYA, 2008, p.197-198) ilustra bem a interdependência entre forma, significado e função quando afirma que “as funções se manifestam

potencialmente através da estrutura e se tornam plenas pelo processo de utilização, ou seja, pela interação entre produto e usuário”. A partir dessa colocação, Saboya (2008, p.198) conclui:

Nessa acepção, a interação entre produto e usuário é ressaltada, pois é nesse processo que as funções se tornam plenas e são percebidas e experimentadas, e se torna evidente a noção de interface, que é a zona virtual onde ocorre a interação e as funções são evidenciadas pelo usuário.

Outro exemplo de ênfase na imbricação desses elementos é exposto pelo filósofo austríaco Ludwig Wittgenstein (1889 – 1951) ao afirmar que, no âmbito da linguagem, “o significado assenta no uso” (WITTGENSTEIN apud MELVIN, 2006, p.109). Revela-se, aí, a interdependência entre função e significado. Também Heskett (2008, p.35-36), ao utilizar um exemplo de uma faca, revela o entrelaçamento entre forma, significado e utilidade:

A utilidade pode ser definida como qualidade de adequação do uso. Isso diz respeito à maneira como as coisas funcionam e ao grau em que o design cumpre finalidades práticas e fornece habilitações e capacidades (e as consequências de quando não o faz). Um exemplo simples é uma faca de cozinha profissional usada no preparo de alimentos: sua principal utilidade é cortar. Para que ela funcione direito, a lâmina precisa ter qualidades materiais necessárias que permita um fio duradouro e estabilidade no uso. (Uma lâmina muito fina perde a estabilidade quando pressionada, o que não apenas compromete o resultado como é extremamente perigoso.) O uso adequado também exige que o cabo da faca se ajuste confortavelmente à mão para que seja segurada com facilidade e firmeza. Nesse particular, a utilidade tem a ver principalmente com eficiência, e deriva de fatores tecnológicos e materiais. No entanto, no uso, essa eficiência pode ser também uma fonte de grande satisfação. Quando todos os detalhes estão integrados, as melhores facas se tornam uma extensão dos sentidos de quem as manuseia, dando uma agradável sensação de precisão, ajustando-se à mão quase naturalmente e causando uma admirável ideia de equilíbrio e controle. Assim, a eficiência passa de um nível diferente de reação e significado, e, de fato, às vezes é muito difícil distinguir com precisão utilidade de significado, já que, na prática, os dois termos podem estar profundamente entrelaçados.

Ainda, mais duas contribuições para evidenciar as imbricações entre forma, significado e função foram dadas por Jan Mukarovsky (1891 – 1975) e Bernd Löbach (1941 – ), ao apresentarem, no âmbito do design, a classificação das funções em: função estética, relacionada aos aspectos formais; função simbólica, ligadas aos aspectos psicológicos e semânticos; e função prática, relacionada especificamente ao que é utilitário. Assim como na tricotomia do signo peirceano, em que na Terceiridade estão presentes a Primeiridade e a Secundidade, também as funções dos produtos que dizem respeito à Terceiridade, relacionam-se com a forma, o significado e a função propriamente dita.

## 5.2.As dimensões semióticas da linguagem (do design)

O estudo das dimensões semióticas do design está pautado na teoria das dimensões semióticas da linguagem (e da semiose) proposta por Charles William Morris (1901-1979). Portanto, de início, antes de se adentrar nas aplicações da sua teoria no campo do design, faz-se necessário visitá-la, ainda que não exaustivamente, sobretudo porque é, em grande parte, essa teoria que alicerça a presente tese e foi a partir dela que se chegou à tipologia das linguagens híbridas do design exposta no próximo capítulo.

Charles William Morris exerceu influência sobre a história da semiótica, especialmente nas décadas de 1930 e 1940. Suas teorias encontram-se fundamentadas, sobretudo, na semiótica de Charles Sanders Peirce (1839-1914)<sup>81</sup>, embora tenha suas raízes também no behaviorismo social<sup>82</sup> e na teoria do interacionismo simbólico de George Harbert Mead (1863-1931), no pragmatismo americano, no empirismo e no positivismo lógico (NÖTH, 2005, p.181).

Bem como Peirce, Morris se interessou pelo estudo dos signos de uma forma geral. Armengaud (2006, p.40) afirma que, “inspirando-se em trabalhos de Peirce e sistematizando-os, seu objetivo era fundar uma teoria geral dos signos, de alcance ao mesmo tempo antropológico e filosófico”. Embora Morris não fizesse oposição à pluralidade de abordagens dos signos e de seu funcionamento circunscritas no âmbito das diversas disciplinas, tais como linguística, lógica, biologia, antropologia, estética, sociologia, etologia e retórica, “sua ambição era de forjar uma estrutura teórica simples e unificante” (ARMENGAUD, 2006, p.40).

Uma das aproximações entre Peirce e Morris está na ampla abordagem do signo, a qual inclui os signos não verbais. Porém, enquanto Peirce estudou os signos no âmbito das relações humanas e propôs a semiótica como uma ciência

---

<sup>81</sup> Em uma nota de rodapé, Armengaud (2006, p.40) escreve que, em *Fundamentos da teoria dos signos*, “a influência de Carnap e dos ideais do Círculo de Viena ali se manifesta fortemente. O behaviorismo professado por Morris está igualmente em acordo com a doutrina epistemológica em vigor. Mas a influência de Peirce e do pragmatismo não cessará de crescer e de ganhar espaço”.

<sup>82</sup> Morris (1976, p.16, grifos do autor), sobre a definição de signo, afirma que “deve-se observar que a teoria geral dos signos não deve comprometer-se com nenhuma teoria específica do que está envolvido em explicar algo pelo uso de um signo. Na verdade, pode ser possível considerar a *explicação mediata* como o único termo primitivo para o desenvolvimento axiomático da semiótica. Não obstante isso, a explicação que foi dada presta-se a um tratamento do ponto de vista behaviorístico e será o ponto de vista aqui adotado”.

do homem, Morris incluiu em suas pesquisas até o processamento de signos por organismos (comunicação animal) (NÖTH, 1995, p.49). Ou seja, ao passo que a semiótica de Peirce baseia-se em categorias universais de percepção e na assertiva de que todo pensamento é um signo, “Morris queria desenvolver uma ciência dos signos ‘com uma base biológica e especificamente dentro da estrutura da ciência do comportamento’” (NÖTH, 2005, p.183-184).

Embora haja diferenças nos recortes dos estudos desses dois pesquisadores, mais um ponto de contato entre a obra de Peirce e a de Morris está nos modelos de semiose, ou seja, nos modelos de ação do signo. De acordo com Morris (1976, p.13), “semiose” é o nome que se dá ao processo pelo qual algo funciona como signo. Assim, a semiose é uma reação mediatizada a alguma percepção. Afinal, qualquer coisa e todo aspecto de uma coisa podem vir a ser signo, isto é, entrar no processo triádico da semiose, uma vez que uma das propriedades dos signos é remeter a outros signos. Nesse sentido, Armengaud (2006, p.27) chega a propor que “a semiótica não é a ciência dos signos, mas a ciência da semiose”. De acordo com Morris (1976, p.14), “a semiótica não é, pois, o estudo de uma espécie particular de objeto, mas de objetos ordinários, e apenas na medida em que estes participam da semiose”.

A triadicidade da semiótica peirceana encontra sua fundamentação na teoria das categorias emprestadas de Kant e de Hegel. Para Peirce, para que algo se torne signo, ou seja, participe de um processo de semiose, se faz necessário colocar em jogo três correlatos: (1) o material significante: suporte, veículo, traço perceptível, (2) o significado ou o representado e (3) o interpretante, em outras palavras, (1) aquilo que atua como um signo, (2) aquilo a que o signo se refere e (3) o efeito em algum intérprete.

É desse modelo triplo de semiose que Morris retirou a sua teoria das três dimensões da semiótica, a qual foi apresentada no livro intitulado *Fundamentos da teoria dos signos*, publicado em 1938. Pode-se afirmar, portanto, que uma das maiores contribuições de Morris foi o estabelecimento das definições que propõe para as dimensões (ou funções) do signo, conceitos aceitos e incluídos praticamente em todas as análises semióticas.

A seguir, são apresentadas as três dimensões semióticas das linguagens proposta por Morris (1976) e, em seguida, suas aplicações no campo do design.

### 5.2.1. As dimensões semióticas da linguagem

Morris (1976) propõe uma definição semiótica para linguagem, baseada nas três relações diádicas, por ele estudadas: sintática, semântica e pragmática. De acordo com esse semioticista, “uma linguagem no sentido semiótico pleno do termo é qualquer conjunto intersubjetivo de veículos do signo cujo uso é determinado por regras sintáticas, semânticas e pragmáticas” (MORRIS, 1976, p.58).

Essas relações propostas por Morris (1976), que se fundamentam nos três correlatos do signo (veículo do signo, designatum e interpretante — que correspondem ao representâmen, objeto e interpretante peirceanos), foram por ele consideradas como a base das três dimensões da semiose. Morris, a partir desses três correlatos, derivou três relações diádicas, que ele identificou como a base da semiótica: a sintática, a semântica e a pragmática. Resumidamente, conforme esquematizado a seguir por Nöth (2005, p.186), nas palavras de Morris, pode-se dizer que a sintática estuda a relação entre um e outros veículos do signo, a semântica estuda as relações entre os veículos do signo e seus “designata”, e a pragmática estuda a relação entre os veículos do signo e seus intérpretes. Uma outra versão esquemática, apresentada por Bürdek (2006, p.235), também evidencia, no contexto do design, as relações entre os elementos do signo e as dimensões da linguagem propostas por Morris.

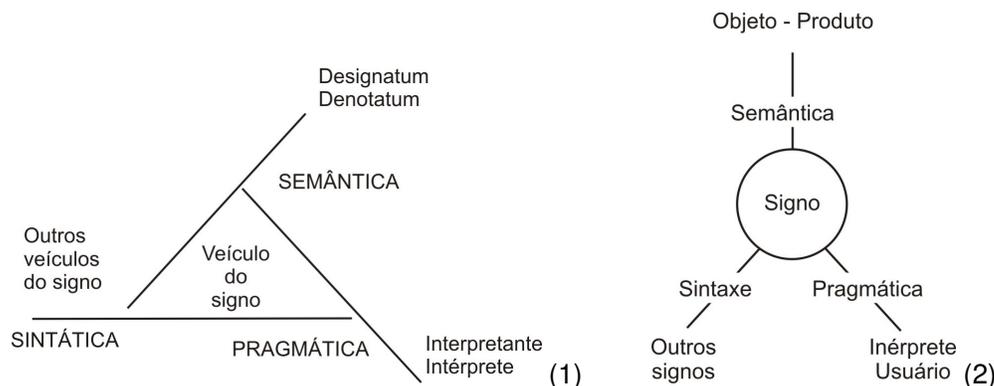


Figura 17 – As dimensões semióticas propostas por Morris.

(1) Os três correlatos da semiose e as três dimensões da semiótica de acordo com Morris. Fonte: Nöth (2005, p.186).

(2) “Semântica – Sintaxe – Pragmática” por Morris. Fonte: Bürdek (2006, p.235).

Essas dimensões propostas por Morris também se articulam com as distintas abordagens das linguagens como, por exemplo, as abordagens dos *formalistas*, dos *empiristas* e dos *pragmatistas*. Os *formalistas*, geralmente, tendem a considerar os sistemas axiomáticos como uma linguagem, sem se preocupar se há objetos denotados e se o sistema é utilizado por um grupo qualquer de intérpretes. Os *empiristas* enfatizam a relação dos signos com os objetos que eles denotam e cujas propriedades eles enunciam. Por fim, os *pragmatistas* consideram a linguagem como uma atividade de comunicação, de origem e de natureza sociais, com a qual os membros de um grupo satisfazem suas necessidades individuais e coletivas.

De acordo com Morris (1976, p.22), uma verdadeira abordagem semiótica da linguagem deveria ser o resultado da soma desses três aspectos e que “a vantagem da análise tridimensional é que a validade de todos esses pontos de vista pode ser admitida, porquanto eles se referem a três aspectos de um mesmo fenômeno”.

Convém, portanto, mencionar que os signos entram em relações diferentes segundo a dimensão considerada: na dimensão sintática, os signos se implicam; na dimensão semântica, os signos designam ou denotam; e na dimensão pragmática, os signos expressam (MORRIS, 1976, p.18). Essas três dimensões propostas por Morris encontram um paralelo na divisão peirceana da ciência semiótica em três ramos ligados ao fundamento, ao objeto e ao interpretante do signo, a qual seria uma reinterpretação do *trivium* medial das três artes da linguagem<sup>83</sup> (gramática, dialética [lógica] e retórica) (POSNER, 1985, p.75 apud NÖTH, 2005, p.186). Nota-se, portanto, que, de fato, o pensamento de Morris fundamenta-se na teoria semiótica peirceana.

De acordo com Peirce, as divisões da semiótica seriam: (1) *gramática pura ou especulativa*<sup>84</sup>: responsável pela determinação do que deve ser verdadeiro quanto ao signo para que ele possa veicular um significado; (2) *lógica crítica*:

---

<sup>83</sup> Sobre as três artes da linguagem, ver Nöth (2005, p.186-187).

<sup>84</sup> É, sobretudo, fundamentada na gramática especulativa que a pesquisa aqui relatada se desenvolveu, pois é com base nesse ramo da semiótica que diversos pesquisadores têm procurado desenvolver métodos de aplicação da semiótica em análises das linguagens manifestas (BRAIDA, 2007, p.85). De acordo com Santaella (2005c, p.xiv), “além de fornecer definições rigorosas do signo e do modo como os signos agem, a gramática especulativa contém um grande inventário de tipos de signos e de misturas signícas, nas inumeráveis gradações entre o verbal e o não verbal até o limite do quase signo. Desse manancial conceitual, podemos extrair estratégias metodológicas para a leitura e análise de processos empíricos de signos (...)”.

estuda o que é verdadeiro em relação ao signo para que este possa aplicar-se a um objeto; (3) *metodêutica ou retórica especulativa*: que objetiva estudar as leis pelas quais um signo dá origem a outro e um pensamento produz outro. Assim, Nöth (2005, p.187) conclui que é visível o paralelo existente entre a divisão proposta por Peirce e as três dimensões de Morris: “a ‘gramática pura’ é a precursora da sintática, a ‘lógica própria’, da semântica e a ‘retórica pura’, da pragmática”.

Portanto, pode-se dizer, com o vocabulário de Peirce que, de acordo com Morris (1976), a dimensão sintática da semiótica diz respeito à relação formal dos signos entre si; a dimensão semântica corresponde às relações dos signos com os objetos que representa; e a pragmática se refere às relações dos signos com os intérpretes. Se associadas às relações propostas por Morris (1976), aquelas apresentadas por Santaella (2005, p.9-10)<sup>85</sup>, todas estabelecidas a partir do reconhecimento da tricotomia dos signos, tem-se: (1) a relação sintática corresponde à relação instrumental; (2) a relação semântica, à objetiva; e (3) quanto à relação pragmática, trata-se de uma relação interpretativa.

Embora alguns pesquisadores posteriores a Morris, como, por exemplo, Rudolf Carnap (1891-1970), ponderem que as três dimensões pareçam ser insuficientes para subdividir todo o campo da semiótica, elas permanecem válidas. De acordo com Marcondes (2005, p.8), as dimensões semióticas “tiveram uma grande influência no desenvolvimento dos estudos sobre a linguagem no pensamento contemporâneo, não só na filosofia, mas também na linguística e na teoria da comunicação”.

A crítica a Morris apresentada pelos linguistas se deve ao fato de suas dimensões não contemplarem disciplinas como a fonologia e a grafemática. Tais críticos também colocam em dúvida se o esquema de Morris fornece uma estrutura para descrever os dois tipos básicos de relações na linguagem: sintagmáticas e paradigmáticas (NÖTH, 2005, p.187-188). No entanto, se por um lado, o pensamento de Morris é criticado<sup>86</sup>, por outro, ele é ratificado e ampliado por seus seguidores. A dimensão mais questionada pelos linguistas é a sintática,

---

<sup>85</sup> De acordo com Santaella (2005c, p.9), a definição peirceana do signo inclui três teorias: a da significação, a da objetivação e da interpretação.

<sup>86</sup> Por vezes, as críticas dirigidas a Morris são bastante severas. Walther-Bense (2000, p.xiii), por exemplo, afirma que “em geral, os escritos de Morris, não obstante terem suscitado forte interesse e atuado de modo estimulante, padecem de graves debilidades quanto ao método e falta de precisão, sendo, por isso, muito pouco utilizáveis na construção de uma teoria geral dos signos”.

a qual, se tomada em seu sentido lato, muito mais amplo que a definição de sintaxe<sup>87</sup>, permanece válida, especialmente para o estudo dos signos não verbais.

Cabe então, afirmar que as dimensões propostas por Morris fundamentam a pesquisa sobre a linguagem híbrida do design apresentada nesta tese, porque os conceitos de sintática, semântica e pragmática, assim como o de linguagem, são definidos de forma ampla, extrapolando os limites de suas definições circunscritas no campo da linguística. Além disso, a teoria de Morris é a da utilização do signo (TRABANT, 1980), uma teoria que “orienta o comportamento” (MASER, 1975 apud ROCHA e LIMA, 2007, p.3).

### 5.2.1.1.Sintática

A dimensão sintática opera com a concepção formal da linguagem. Essa concepção tem sido intensamente desenvolvida desde Leibniz, Boole, Frege, Peano, Peirce, Russell, Whitehead e Carnap. Sob esse ponto de vista, toda linguagem pode ser definida como um conjunto de elementos associados segundo regras de formação e de transformação.

Essa dimensão trata “das relações sintáticas dos signos entre si abstraído das relações dos signos com os objetos ou com os intérpretes” (MORRIS, 1976, p.27). Ou seja, o estudo da dimensão sintática envolve as relações entre certas combinações de signos dentro de uma linguagem. Essa dimensão mostra-se relevante, posto que os signos apresentam-se sempre em relação a outro(s), ainda que em potência.

No intuito de combater a crítica levantada pelos linguistas, de acordo com Nöth (2005, p.188), Roland Posner deu uma interpretação que ampliou o escopo da dimensão sintática, fundamentado em uma das definições apresentadas por Morris em que aponta ser a sintática o estudo das “relações formais dos signos entre si”.

Posner interpretou o âmbito da sintática de acordo com a última definição – 3 – como incluindo tanto relações sintagmáticas como paradigmáticas na língua (1985b; 1982). Além disso, ele reivindicou que a sintática estuda os “aspectos formais da linguagem” no sentido das relações hjelmslevianas de forma, i. e., de estrutura semiótica em geral (ibid.:79). Nesse sentido, a

---

<sup>87</sup> A “dimensão sintática” proposta por Morris foi rebatizada como “sintaxe” por alguns de seus seguidores, sobretudo para os estudos linguísticos, para abarcar somente as regras de combinação de palavras em frases.

sintática compreende a maior parte dos ramos da linguística, incluindo a sintaxe, a morfologia e até a fonologia (NÖTH, 2005, p.188-189).

Consideram-se, na dimensão sintática, os signos e as combinações de signos “na medida em que se sujeitam às regras sintáticas” (MORRIS, 1976, p.28). Portanto, pode-se dizer que Morris estabelece a sintática como a disciplina que estuda a combinação de signos. Mas, ainda que, muitas vezes, os estudos da dimensão sintática estejam voltados para o campo da linguística, Morris (1976, p.31) afirma que há “problemas sintáticos nos campos dos signos perceptuais, dos signos estéticos, do uso prático dos signos e da linguística geral”. Sendo assim, pode-se concluir que a dimensão sintática é uma das dimensões da linguagem do design e está também presente nos signos produzidos por esse campo.

### **5.2.1.2.Semântica**

De acordo com Morris (1976, p.28), “a semântica trata da relação dos signos com seus ‘designata’ [aquilo a que o signo se refere] e também com os objetos que eles podem denotar ou realmente denotam”. Morris (1946, p.366 apud NÖTH, 2005, p.189) também apresentou uma definição mais ampliada para semântica, a qual seria “aquele ramo da semiótica que estuda a significação dos signos”.

Se a dimensão sintática trata das formas, pode-se dizer que a dimensão semântica trata dos sentidos, dos significados. É característica a pergunta “o que significam aquelas formas?” que fazem os visitantes nas exposições de arte abstrata. De acordo com Grebe, Zapata e Fierro (2006, p.72, tradução nossa) tal questão é levantada, pois “a abstração, simbólica ou simbolizante, das formas conduzem sempre a uma aparente desorientação semântica, a uma aparente perda de seu poder comunicativo, ao menos quando não se conhecem as chaves da significação”.

Embora Morris tenha mencionado que o termo “significado” não fosse um termo propriamente semântico, mas sim semiótico, e que seu emprego, muitas vezes, gera confusão por não evidenciar com clareza a dimensão semiótica a que se refere, ele adverte que é necessário “inventar maneiras de tornar claro o uso em questão” (MORRIS, 1976, p.69). Evidencia-se, então, que, mesmo cientes da polivalência do termo significado e de que sua completude só se faz presente se consideradas as três dimensões semióticas, adota-se nesta tese o

vocábulo “significado” como uma palavra que se refere prioritariamente à dimensão semântica.

Assim como Morris propôs a noção de regra sintática, ele também introduziu o termo regra semântica. Segundo Morris (1976, p.41), “o signo tem uma dimensão semântica na medida em que haja regras semânticas (não interessa se formuladas ou não) que determinem a sua aplicabilidade a certas situações sob certas condições”. De acordo com Morris (1976, p.40, grifos do autor),

diversamente das regras de formação e transformação que tratam de algumas combinações de signos e suas relações, a *regra semântica* designa dentro da semiótica uma regra que determina sob que condições um signo é aplicável a um objeto ou situação; tais regras correlacionam signos e situações denotáveis pelos signos.

### 5.2.1.3. Pragmática

A origem do termo “pragmática” está na referência ao “Pragmatismo”, cujo desenvolvimento deve-se a Peirce, Frege, Morris, Wittgenstein e Bar-Hillel. No entanto, segundo Armengaud (2006, p.10-11), há diferentes tipos de pensadores que abordam a pragmática. Primeiramente há os lógicos filósofos que se apegam na determinação da verdade, tais como Frege, Russell, Carnap, Bar-Hillel e Quine. Há, também, um grupo formado por sociólogos, psicoterapeutas, especialistas em retórica, técnicos em comunicação, linguistas, todos que, desde sempre, se interessaram pelo efeito do discurso: Perelman, Ducrot, Bourdieu, Kerbrat e Watzlawick. Por fim, há pensadores que vinculam os significados aos usos, como Wittgenstein e Searle, ou, ainda, pensadores como Apel e Habermas, para os quais a pragmática é algo essencial, especialmente para a renovação de uma filosofia transcendental da comunicação.

Sobre as diversas interpretações, Armengaud (2006, p.17) escreve:

Pelo termo pragmática, há quem entenda, sobretudo, “práxis”. A pragmática deveria se atribuir como tarefa a integração do comportamento linguageiro em uma teoria da ação. Outros a concebem como voltada essencialmente para a comunicação, ou seja, para toda espécie de interação entre os organismos vivos. Para outros ainda, ela deve tratar principalmente do uso dos signos. É a ótica de um dos seus fundadores: Morris. Para outros, enfim, ela é a ciência do uso linguístico em contexto, ou, mais amplamente, do uso dos signos em contexto. Aliás, o conceito de contexto é tão importante que Max Black propunha rebatizar a pragmática: ela deveria se chamar a “contêxtica”!.

Embora existam diferentes abordagens, há uma definição primeira, a mais antiga, que é de Morris, de 1938. Segundo Morris (1976, p. 50), “é ponto de vista plausível que a importância permanente do pragmatismo repousa no fato de que ele dirigiu uma atenção mais cerrada para a relação dos signos com seus usuários do que já se tinha feito”. A sintática e a semântica não consideram em suas análises os usuários do signo, pois esse é um tema da pragmática. Na realidade, “a incorporação do *usuário ao signo* na semiótica foi o pensamento decisivo da semiótica de Peirce”<sup>88</sup> (GREBE, ZAPATA e FIERRO, 2006, p.72, grifos dos autores, tradução nossa). E, segundo Kiemle (1967 apud GREBE, ZAPATA e FIERRO, 2006, p.72-73, tradução nossa),

a pragmática seria a mais ampla e a mais geral dos graus de investigação, não prescindindo da situação concreta de emissores e receptores (o aqui e agora), enquanto a sintática abstrai todo significado, e a semântica abstrai todos os acontecimentos comunicáveis especiais<sup>89</sup>.

Pragmática é, portanto, de acordo como Morris (1976, p. 50), “a ciência da relação dos signos com os seus intérpretes”, pois a partir da visão integrativa desse autor, não se pode prescindir dos intérpretes nas interpretações dos signos. De acordo com Grebe, Zapata e Fierro (2006, p.133), a pragmática é responsável por assegurar a “inteligibilidade” dos signos em função do acondicionamento da mensagem às determinantes perceptuais, facilitando a comunicação, além de atuar também na dimensão estética do signo e acondicionando o objeto projetado às necessidades de uso pertinentes. Para esses autores, essa “definição se caracteriza por sua excessiva vagueza, própria da interpretação dos signos pragmáticos, território vasto de explorações necessárias e contextualizações irremediáveis”<sup>90</sup> (GREBE, ZAPATA e FIERRO, 2006, p.133, tradução nossa).

Contudo, a aplicação pragmática de um signo representa um ato de individualização, de projeções e usos particulares, pois envolve questões de contexto e escolhas dos usuários. De acordo com Nöth (2005, p.196-197),

---

<sup>88</sup> Do original: “*la incorporación del usuario al signo en la semiótica fue el pensamiento decisivo de la semiótica de Peirce*”.

<sup>89</sup> Do original: “*la pragmática sería la más amplia y la más general de los grados de investigación, no prescindiendo de la situación concreta de emisores y receptores (el aquí, el ahora), mientras que la sintética abstrae de todo significado, y la semántica abstrae de todos los acontecimientos comunicables especiales*”.

<sup>90</sup> Do original: “*definición se caracteriza por su excesiva vaguedad, propia de la interpretación de los signos pragmáticos, territorio vasto de exploraciones necesarias y contextualizaciones irremediables*”.

enquanto os modos de significação caracterizam o signo predominantemente na sua dimensão semântica, as dimensões de uso sógnico se concentram nos aspectos pragmáticos da semiose, na “questão sobre o objetivo para o qual um organismo produz os signos que ele ou outros organismos interpretam” (MORRIS, 1946, p.172).

Assim como Morris propôs a noção de regras sintáticas e semânticas, ele também introduziu o termo “regra pragmática”. De acordo com Morris (1976, p.57),

as regras sintáticas determinam as relações dos signos entre os veículos do signo, as regras semânticas correlacionam os veículos do com outros objetos; as regras pragmáticas estabelecem nos intérpretes condições sob as quais o veículo do signo é um signo. Qualquer regra, quando realmente em uso, opera um tipo de comportamento, e, nesse sentido, há um componente pragmático em todas as regras.

Toda essa definição para a dimensão pragmática apresentada por Morris é, de fato, muito ampla, ou seja, muito abrangente, uma vez que “extrapola o campo linguístico (rumo à semiótica) e o campo humano (rumo ao animal e à máquina)” (ARMENGAUD, 2006, p.11). Mas, de forma geral e conclusiva, pode-se dizer que a pragmática preocupa-se em responder, entre outras questões, quais são os usos da linguagem ou, ainda, em que medida a realidade humana é determinada por sua capacidade de linguagem.

#### **5.2.1.4.A interdependência entre sintática, semântica e pragmática**

Embora Morris apresente três relações diádicas para o estudo do signo (uma relação triádica), ele aponta que a divisão entre sintática, semântica e pragmática é somente uma abstração, assim como os biólogos estudam anatomia, ecologia e fisiologia. Portanto, analiticamente, pode-se conceber que:

Se em uma investigação é feita referência explícita ao falante, ou para formularmos de um modo mais geral, ao usuário da linguagem, então atribuímos esta investigação ao campo da pragmática... Se fizermos abstração do usuário da linguagem e analisarmos apenas as expressões e o que designam, estaremos no campo da semântica. E, finalmente, se fizermos abstração também daquilo que é designado ao analisarmos apenas as relações entre as expressões, isso nos levará à sintaxe (lógica) (CARNAP apud MARCONDES, 2005, p.50).

Mas, de acordo com Morris (1976, p.80), na verdade, a semiótica sendo mais ampla que a sintática, a semântica e a pragmática isoladamente, “ocupa-se fundamentalmente com as suas inter-relações e, portanto, com o caráter unitário da semiose que elas individualmente ignoram”. Sendo assim, Morris reúne suas

três dimensões – sintática, semântica e pragmática – em um único termo globalizado: a semiótica.

Segundo Grebe, Zapata e Fierro (2006, p.134, tradução nossa), “os processos sintáticos, semânticos e pragmáticos são interativos, inter-relacionados e funcionariam em diversos níveis de seleção, análises e sínteses”. Também escreve Morris (1976, p.14): “nota-se que os termos ‘signo’, ‘designatum’, ‘interpretante’ e ‘intérprete’ se envolvem uns aos outros, pois eles são simplesmente maneiras de se referir a aspectos do processo da semiose”. Para Morris, a própria palavra signo, uma noção triádica, somente pode ser entendida se considerada a inter-relação das dimensões diádicas:

“Signo”, em si, é um termo estritamente semiótico, não sendo definível pela sintaxe, pela semântica ou pela pragmática isoladamente; somente no uso mais amplo de *semiótico* pode-se dizer que todos os termos destas disciplinas são termos semióticos (MORRIS, 1976, p.19-20, grifo do autor).

Morris (1976, p.70) afirma, assim, que, “como termos semióticos, nem *veículo* de signo, nem *designatum*, nem *interpretante* podem ser definidos sem ser em referência de um a outro”. É nessa interdependência dos elementos do signo que Morris se pauta para estabelecer as correlações entre as regras sintáticas, semânticas e pragmáticas. Segundo Morris (1976, p. 55),

as regras sintáticas determinam as relações dos signos entre os veículos dos signos, as regras semânticas correlacionam os veículos do signo com outros objetos; as regras pragmáticas estabelecem nos intérpretes condições sobre as quais o veículo do signo é um signo. Qualquer regra, quando realmente em uso, opera um tipo de comportamento, e, nesse sentido, há um componente pragmático em todas as regras.

Pode-se notar que as três dimensões da linguagem estão imbricadas pelo emprego do conceito de regra, uma vez que a regra é sempre determinada para um uso. Portanto, nenhuma das dimensões se basta em si mesma, ou é suficiente para definir seus próprios conceitos. E, para explicitar a relação de interdependência entre as relações diádicas propostas, Morris (1976, p.39) afirma que “o desenvolvimento rigoroso da semântica pressupõe uma sintaxe relativamente bem desenvolvida”. Também, de acordo com Morris (1976, p. 55),

em uma apresentação sistemática da semiótica, a pragmática pressupõe tanto a sintaxe como a semântica, pois a última pressupõe a primeira, porque para discutir adequadamente sobre a relação dos signos com seus usuários se requer conhecimento da relação dos signos entre si e para aquelas coisas às quais eles referem seus intérpretes.

Uma representação dessa interdependência é apresentada graficamente por Nadin (1990, p.7) da seguinte forma:

---

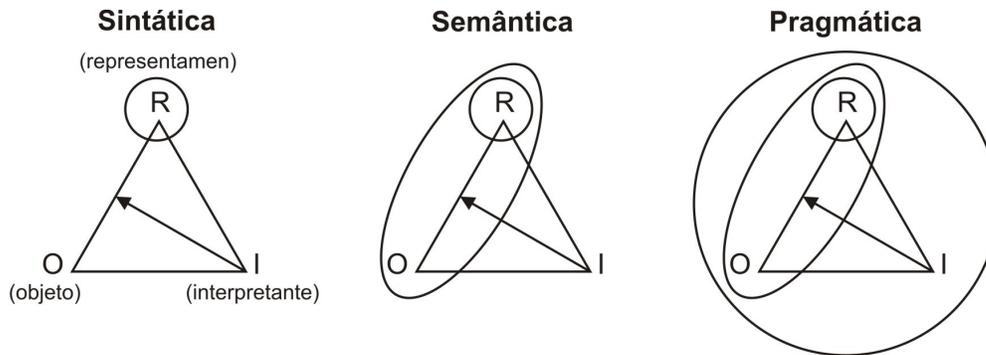


Figura 18 – Esquema das dimensões semióticas, segundo Mihai Nadin.  
 Fonte: Nadin (1990, p.7, tradução nossa).

Assim como Peirce propõe que a Terceiridade envolve a Secundidade e esta, por consequência, a Primeiridade, também Morris propõe que a pragmática inclui a semântica, e esta, a sintática, conforme se pode notar na figura acima. O que está subjacente a esta proposição de Morris é a própria “lógica peirceana do inclusivo”, já mencionada nesta tese. Como uma conclusão sobre a existência das dimensões das linguagens, as quais foram compreendidas por Morris como ciências, e as suas inter-relações, podem ser citadas as seguintes palavras de Morris (1976, p.82):

A relação íntima das ciências semióticas torna possível a semiótica como ciência, mas não encobre o fato de que essas subciências representam três pontos de vista irreduzíveis e igualmente legítimos, correspondentes às três dimensões objetivas da semiose. Qualquer que seja o signo, pode ele ser estudado de qualquer uma das três posições, embora nenhum deles seja adequado à natureza completa da semiose. Assim, num sentido, não há limite para qualquer ponto de vista, isto é, não há lugar em que um investigador deva abandonar uma posição em favor de outra. Isso simplesmente acontece porque são estudos da semiose sob diferente ponto de vista; ao voltar a atenção sobre uma das dimensões cada um deliberadamente negligencia os aspectos do processo discerníveis em referência às outras posições. A sintaxe, a semântica e a pragmática são componentes mutuamente irreduzíveis.

### 5.2.2.As dimensões semióticas do design

Levando-se em consideração a tricotomia dos signos, suas relações e as dimensões da semiose propostas por Morris, 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”<sup>91</sup>, tem-se o seguinte esquema tricotômico: dimensão sintática, dimensão semântica e dimensão pragmática. São essas dimensões que Nadin (1990, p. 6) afirma terem-se tornado familiares e importantes para o campo do design.

Niemeyer (2003), em *Elementos de semiótica aplicados ao design*, dedica parte de seus estudos à reflexão e discussão da questão das dimensões semióticas dos produtos<sup>92</sup>. Embora Niemeyer também apresente a visão de Max Bense<sup>93</sup>, o qual propõe quatro dimensões semióticas para o produto, a autora aborda, com mais propriedade, apenas três dimensões, quais sejam: a sintática, a semântica e a pragmática.

Conforme explicitado a seguir, essas dimensões encontram suas bases teóricas no estudo das relações do signo com outros signos (sintática), do signo com os seus objetos (semântica) e, por último, do signo com os interpretantes (pragmática) e foram assim esquematizadas por Gomes Filho (2006, p.115):

---

<sup>91</sup> Do original: “transposé et simplifié à l’analyse d’un objet ou d’un produit considere comme porteur de signes”.

<sup>92</sup> Ver Niemeyer (2003, p.45-50).

<sup>93</sup> Ver Walther-Bense (2000, p.90). De acordo com Bense (1971, p.78-82) são quatro as dimensões semióticas do produto: (1) a dimensão material ou hílico; (2) a dimensão sintática ou técnica ou construtiva; (3) a dimensão da forma ou semântica; e (4) a dimensão do uso ou pragmática. Os estudos que suprimem a dimensão material ou hílico, o fazem por considerar as questões abordadas nela, dissolvidas nas demais dimensões semióticas dos produtos, sobretudo na dimensão sintática.

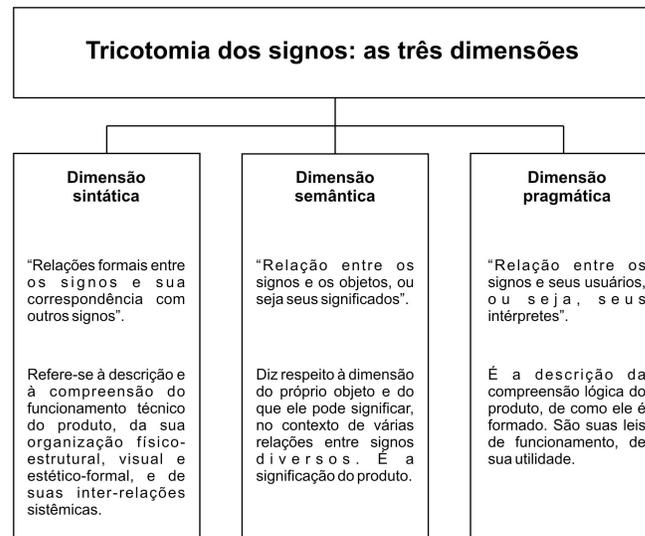


Figura 19 – As dimensões semióticas do design.  
Fonte: Gomes Filho (2006, p.115).

### 5.2.2.1. Dimensão sintática

Segundo Quarante (1994, p.278, grifos da autora, tradução nossa), a dimensão sintática de um objeto diz respeito a “como ele se apresenta, como pode ser descrito *pele arranjo de seus componentes*. É a estrutura do produto”<sup>94</sup>, uma vez que “a sintaxe é o conjunto de relações entre as unidades (palavras, signos, símbolos) que formam o vocabulário”<sup>95</sup>. De acordo com Niemeyer (2003, p.46), “a dimensão sintática abrange a estrutura do produto e o seu funcionamento técnico. A estrutura consiste das partes e do modo como elas estão conectadas umas às outras”. Ainda de acordo com a autora,

[...] a sintaxe inclui tanto a análise da construção técnica do produto quanto a análise de detalhes visuais como juntas, aberturas, orifícios, superposições, texturas, desenhos e cores. Estes detalhes também podem ser descritos como aspectos da composição formal, como simplicidade e complexidade da forma como um todo, simetria, equilíbrio, dinamismo e ritmo. Klócker (1980, p.85) denominou estes aspectos *qualidades matemáticas da forma* (NIEMEYER, 2003, p.46, grifos da autora).

<sup>94</sup> Do original: “C’est l’objet tel qu’il se presente, tel qu’il peut être décrit par l’ordonnancement de sés éléments constitutifs. C’est la structure du produit”.

<sup>95</sup> Do original: “la syntaxe est l’ensemble dès relations qui existent entre lês unités (mots, signes, symboles) formant le vocabulaire”.

Para Gomes Filho (2006, p.114), em design, a dimensão sintática “é o objeto concebido e produzido tal como se apresenta e que pode ser descrito pelo ordenamento de seus elementos constituintes. É a estrutura do conjunto do produto”. E, embora o estudo de Grebe, Zapata e Fierro (2006) tenha se desenvolvido dentro do campo da arquitetura e do urbanismo, pode-se estender suas considerações a respeito do signo arquitetônico para o campo dos objetos do design em geral. Assim, segundo os autores, a dimensão sintática abrange tanto os elementos da própria construção dos objetos, seja em seu plano material ou formal e se relaciona com a estática, a estabilidade construtiva, seus métodos e procedimentos. Portanto, a sintática diz respeito a como as partes se identificam e se articulam material e formalmente.

Kiemle (1967 apud GREBE, ZAPATA e FIERRO, 2006, p.131, tradução nossa), também se referindo à função sintática da arquitetura, afirma que a sintática diz respeito às análises

das formas, das Gestalts ou configurações e das estruturas, portanto, da hierarquia dos supersignos, a verificação se estas formas, configurações ou estruturas são de caráter renovativo ou redundante como também da maior ou menor aparição dos signos e suas combinações sígnicas.

Pode-se observar que a dimensão sintática dos produtos é recorrentemente enfatizada nos manuais, sobretudo quando de trata de ilustrações técnicas que evidenciam os encaixes, as possibilidades de ordenação de um sistema.

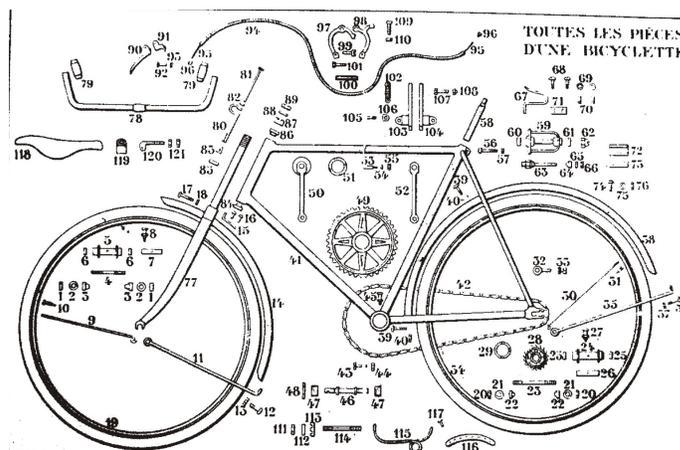


Figura 20 – Anatomia de uma bicicleta, por B. Le Saunier.  
Fonte: Quarante (1994, p.279)

Também, se observadas as relações entre os materiais e as formas, verifica-se que ambos estão intimamente relacionados com a dimensão sintática dos objetos do design. De acordo com Sparke (2010, p.56, tradução nossa), “ao longo do século XX, o descobrimento de novos materiais e as inovações nas tecnologias de produção pôs constantemente à prova os designers em sua tarefa de atribuir-lhes formas e significados”<sup>96</sup>. Portanto, falar dos materiais e das formas advindas deles significa falar, sobretudo, da dimensão sintática do design, e vice-versa.

### 5.2.2.2. Dimensão semântica

Se as qualidades formais e materiais dizem respeito à dimensão sintática, “as qualidades expressiva e representacional de um produto são os aspectos centrais da dimensão semântica. A dimensão semântica agrega aspectos de referência à dimensão sintática” (NIEMEYER, 2003, p.49). Além disso, de acordo com Gomes Filho (2006, p.114), no campo do design, “a dimensão semântica é a dimensão do próprio objeto e da coisa significada. É a significação do produto”.

De acordo com Quarante (1994, p.280, tradução nossa), “a dimensão semântica é a relação do objeto em si com a coisa significada. É a significação do objeto”<sup>97</sup>. Segundo Niemeyer (2003, p.49), as perguntas que podem ser feitas para uma aproximação da dimensão semântica são: “O que o produto representa?”, “Como o objetivo do produto é expresso ou representado?” e “A que ambiente o produto parece pertencer?”.

Nesse mesmo sentido, Sudjic (2010, p.51) aponta que

o design [enquanto linguagem, por meio da dimensão semântica] é usado para moldar percepções de como os objetos devem ser compreendidos. Às vezes, isso é uma questão de comunicação direta: para acionar uma máquina é preciso entender intuitivamente o que ela é, e como fazê-la executar o que você quer. O primeiro *laptop*, a primeira câmera *reflex* de lente única ou o primeiro telefone celular exigiam um designer para definir o que um *laptop*, uma câmera ou um telefone deveriam ser. (...) Às vezes, a comunicação é mais emocional.

---

<sup>96</sup> Do original: “*a lo largo del siglo XX, el descubrimiento de nuevos materiales y las innovaciones en las tecnologías de producción pusieron constantemente a prueba a los diseñadores en su tarea de asignarles formas y significados*”.

<sup>97</sup> Do original: “*la dimension sémantique est la dimension de l’objet lui-même et de la chose signifiée. C’est la signification de l’objet*”.

### 5.2.2.3. Dimensão pragmática

Finalmente, a dimensão pragmática é a dimensão lógica e envolve o destino dos produtos. Essa dimensão diz respeito às leis funcionais de utilidade e de desempenho do produto (QUARANTE, 1994, p.282). Ela também se reporta à descrição técnica, construtiva, dos padrões ergonômicos e tecnológicos dos objetos (GOMES FILHO, 2006, p.115). De acordo com Niemeyer (2003, p.47-48), “em um sentido amplo, a dimensão pragmática inclui todo um ciclo de vida, desde a sala de projeto do designer à lixeira”. Segundo a autora, podem-se analisar diferentes tipos de usos dos produtos, tais como uso prático ou ergonômico, uso estético e, sob o ponto de vista sociológico, o uso social do produto. Esses usos relacionam-se às funções dos produtos, que, por suas vezes, relacionam-se, também, com as dimensões semióticas das linguagens.

### 5.2.2.4. Interdependências entre as dimensões semióticas do design

Na realidade, a decomposição da estrutura do signo e o estabelecimento de relações diferenciadas configuram-se como um procedimento analítico. Daí sua relevância: compreender o todo a partir do estudo da articulação de suas partes, afinal, todo procedimento analítico mostra-se tanto mais relevante quanto maiores forem as possibilidades de reconstituir, por meio de procedimentos de síntese, as partes decompostas.

De acordo com Quarante (1994, p.277), as três dimensões do produto são amplamente dependentes umas das outras, posto que Morris (1976, p.23) já havia evidenciado a interdependência das relações diádicas da semiose. Essa interdependência é contemplada por Sudjic (2010, p.34) ao afirmar que

o que sobra para um designer lidar é a superfície, a aparência e as nuances semânticas do significado que nos permitem interpretar e entender o que um objeto está tentando nos dizer sobre si mesmo. Essas mensagens vão desde o que um objeto faz, e quanto vale, até o modo de ligá-lo. São questões que estão longe de ser triviais, mas transformam o designer em narrador.

(...)

Quando se compreende a linguagem do design, expressa por forma, cor, textura e imagem de um objeto [ou, seja, sua dimensão sintática], há constantes paradoxos entre função [dimensão pragmática] e simbolismo [dimensão semântica] a ser considerados. Certas cores são associadas mais ao homem que à mulher. Alguns materiais sugerem luxo.

Pode-se, também, tomar a exposição de Niemeyer (2003, p.45), como exemplo da interdependência das relações sógnicas dentro do campo do design, pois, de acordo com a autora, “as funções do produto em uso não podem ser explicadas somente tendo por base as suas propriedades técnicas. Não se pode compreender a pragmática de um produto se todas as suas outras dimensões não forem consideradas”.

Transpostas as questões da interdependência das dimensões semióticas dos produtos para uma leitura da história do design, Nadin (1990, p.2) conclui que o design contemporâneo, por ele chamado de pós-moderno, apresenta-se como uma síntese das concepções e formas de se fazer design anteriores, as quais privilegiaram, em cada quartel do século XX, uma das três dimensões. Utilizando as dimensões das linguagens como categorias analíticas para interpretar a história do design, Nadin (1990, p.2-3) divide o século XX em quatro partes, a saber: Art Nouveau (1900), Bauhaus (1925), Racionalismo, Ulm (1950) e Design Pós-moderno (presente). Em sua abordagem, o autor correlaciona as três primeiras escolas de design com formas específicas de se conceber o design, cada qual com focos voltados para as dimensões sintática, semântica e pragmática<sup>98</sup>.

Conforme se pode notar, as ênfases nas formas, nos significados e nas funções, ou ainda, nas dimensões sintática, semântica e pragmática contam a história do design e se fundem na composição do design contemporâneo, deflagrando a interdependência entre as dimensões semióticas do design.

### **5.3.As funções dos produtos do design**

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

---

<sup>98</sup> A teoria de Morris é, recorrentemente, empregada em pesquisas de cunho semiótico. Ela já foi utilizada, por exemplo, por Fiz (2009) para classificar tendências da arte pós-moderna. De acordo com o autor, o neoconstrutivismo (pintura geométrica, espacial, neoabstrata, cinética etc.) apresenta tendências da dimensão sintático-formal, enquanto o neofigurativismo (neorrealismo, realismo fotográfico, neossurrealismo, realismo fantástico, realismo social, hiper-realismo, etc.) se relaciona com a dimensão semântica e a pragmática se relacionaria com tendências do conceitualismo (arte conceitual, arte processual, *happening*, performances, instalações etc.).

tornam perceptíveis no processo de uso e possibilitam a satisfação de certas necessidades” (LÖBACH, 2007, p.54).

No entanto, embora a função esteja relacionada diretamente à dimensão pragmática, haja vista pertencer à categoria universal da Terceiridade, ela também se relaciona com a dimensão sintática, quando se apresenta como função estética, e com a dimensão semântica, quando se trata de função simbólica. São essas diversas manifestações da função o objeto de estudo de Mukarovsky (1993).

Mukarovsky, partindo da análise da função estética no âmbito das artes, baseado nos princípios da semiótica, adotando, portanto, uma postura fenomenológica, construiu um modelo geral, ou seja, uma tipologia das funções (estética, simbólica e prática), extremamente válidas para o campo do design. Essas funções propostas guardam estreita relação com as dimensões semióticas. Tal associação entre a tipologia das funções de Mukarovsky<sup>99</sup> e as dimensões semióticas da linguagem de Morris se mostra pertinente, pois o próprio “Mukarovsky se referiu em seus trabalhos ao conceito triádico dos signos de Morris” (BÜRDEK, 2006, p.234).

De acordo com a visão de Mukarovsky (apud BÜRDEK, 2006, p.295), a tipologia das funções compreende dois grupos: as funções espontâneas, subdivididas em função prática e função teórica, e as funções significantes, subdivididas em função simbólica e função estética. Nota-se, portanto, que, cada uma das funções está associada a um dos elementos componentes do design, assim correlacionados:

- 1) Função estética → forma
- 2) Função simbólica → significado
- 3) Função prática → função (propriamente dita)

As ligações de troca de cada função foram concebidas por Mukarovsky como um processo dinâmico, também baseado nos princípios estruturalistas. Os dois esquemas a seguir podem ser entendidos como resumos da tipologia das funções de Mukarovsky e sua abordagem no âmbito das funções dos produtos:

---

<sup>99</sup> Jan Mukarovsky (1891-1975) foi um linguista checo pertencente ao círculo literário em Praga nos anos de 1930 “que discutia os fundamentos do conceito teórico do Estruturalismo e muito cedo se referiu ao trabalho de Ferdinand de Saussure” (BÜRDEK, 2006, p.234). Portanto, sua proposta de uma “tipologia das funções” também de alimenta dos fundamentos da semiótica.

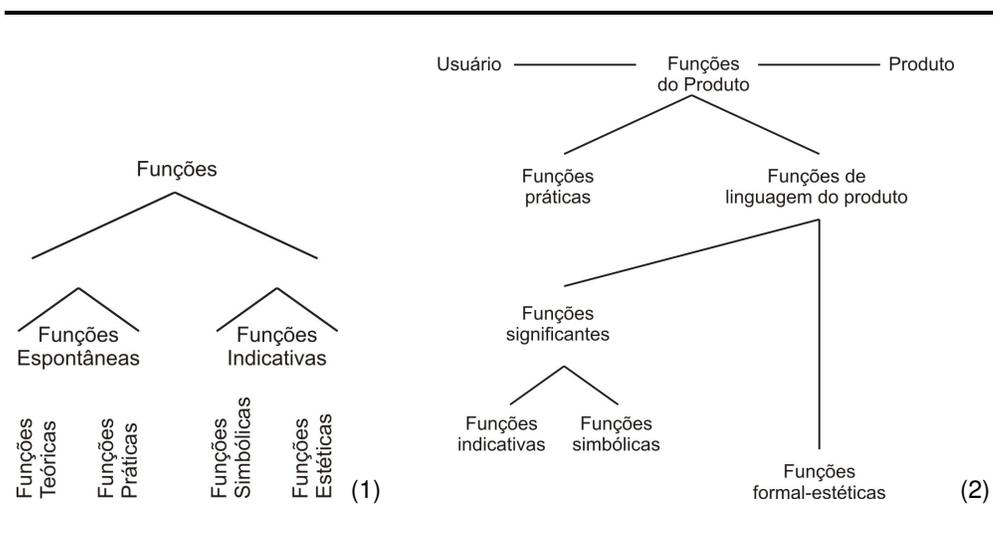


Figura 21 – Tipologia das funções dos produtos.

(1) Tipologia das funções por Mukarovsky. Fonte: Bürdek (2006, p.234).

(2) Funções do produto (1983). Fonte: Bürdek (2006, p.295).

Destaca-se que, 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, pode-se associar cada uma das funções dos produtos às dimensões semióticas da linguagem do design, assim esquematizados:

Dimensões semióticas da linguagem	Elementos do design	Funções dos produtos
Sintática	Forma	Estética
Semântica	Significado	Simbólica
Pragmática	Função	Prática

Quadro 3 – Correlação entre as dimensões da linguagem, os elementos do design e as funções dos produtos.

Fonte: do autor.

De acordo com Löbach (2007, p.57) são três as funções dos produtos mais importantes: estética, simbólica e prática. O diagrama abaixo revela as funções dos produtos e suas relações com os elementos da tríade do design.

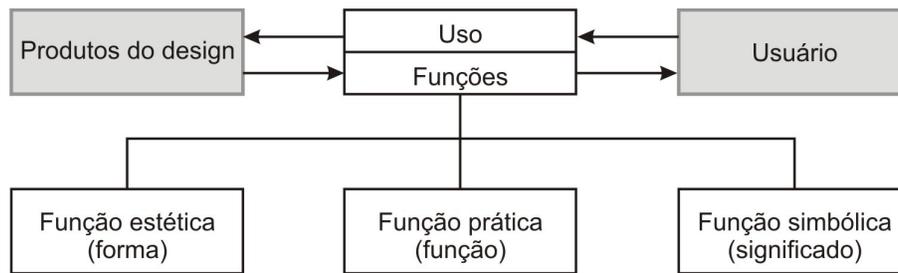


Figura 22 – Classificações das funções de um produto.

Fonte: Redesenho do autor, 2011. Fontes originais: Löbach (2007, p.55); Gomes Filho (2006, p.41).

### 5.3.1. Função estética

A função estética está atrelada à configuração e à aparência do produto industrial. “A função estética é a relação entre um produto e um usuário no nível dos processos sensoriais. A partir daí poderemos definir: *A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção [multis]sensorial<sup>100</sup> durante o seu uso*” (LÖBACH, 2007, p.60, grifos do autor). Sobre a origem da palavra estética e sua inserção no campo do design, Löbach (2007, p.156) afirma:

O conceito estético provém da palavra grega *aesthesis* e significa algo como percepção sensorial. Com isto se considera apenas um aspecto da estética. A definição mais ampla da estética considera-a como: *ciência das aparências perceptíveis pelos sentidos (por exemplo a estética do objeto), de sua percepção pelos homens (percepção estética) e sua importância para os homens como parte de um sistema sociocultural (estética de valor)* Pode-se acrescentar também a teoria da produção estética do homem (estética aplicada). A estética do design industrial deve se desenvolver ao menos segundo esses aspectos.

Sendo assim, “criar a função estética dos produtos industriais significa configurar os produtos de acordo com as condições perceptivas do homem” (LÖBACH, 2007, p.60). É por meio da função estética que se realiza o uso sensorial de um produto, sua percepção com os sentidos, principalmente a visual, tátil e sonora, além da olfativa e gustativa.

<sup>100</sup> Mais adiante, em seu livro, Löbach (2007, p.61-62) emprega a expressão “percepção multissensorial”, porque, de acordo com o próprio autor, “são ativados todos os sentidos do homem de forma global, sendo raramente possível uma percepção unidimensional”.

De acordo com Löbach (2007, p.62), “a criação estética do designer industrial é considerada como processo no qual se possibilita a identificação do homem com o ambiente artificial por meio da função estética dos produtos”, portanto, “toda aparência material do ambiente, percebido através dos sentidos, é acompanhada de sua função estética”.

Por ser a função mais imediata, aquela que se manifesta na aparência dos objetos, relacionando-se, pois, com a categoria universal peirceana da Primeiridade, a função estética sempre estará presente nos produtos, ainda que não expressamente evidenciada. Ainda, segundo Löbach (2007, p.64), a função estética dos produtos também “promove a sensação de bem-estar, identificando o usuário com o produto, durante o processo de uso”.

É, em muitos casos, a ênfase na função estética que poderá determinar a diferença entre um “produto de uso” e um “objeto artístico”, se considerada a possibilidade de diferenciá-los. Conforme ressalta Löbach (2007, p.69, grifos do autor),

quando predomina a função estética no produto industrial, na maioria das vezes trata-se de um “produto de uso” que se utiliza predominantemente de forma visual. Na linguagem corrente, estes não são chamados de produtos de uso e, sim, de *objetos artísticos*.

Essa ênfase se deve ao fato de que, em muitos casos, a função estética se impõe à nossa percepção, “se une a outras funções e as supera” (LÖBACH, 2007, p.63). Nota-se, portanto, que a função estética está atrelada aos aspectos da forma dos produtos, relacionando-se com as questões sintáticas.

### **5.3.2. Função simbólica**

Löbach (2007, p.64) define a função simbólica como sendo a função dos produtos que “é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso”. 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).

Levando-se em consideração que a função simbólica pertence à categoria da Secundidade peirceana, pode-se dizer que ela se relaciona também com a função estética, incorporando-a. É por isso que Löbach (2007, p.64-65) afirma que “a função simbólica deriva dos aspectos estéticos do produto. Esta se manifesta por meio dos elementos estéticos, como forma, cor, tratamento de

superfície, material, para a associação de ideias com outros âmbitos da vida”. Portanto, “a função simbólica de produtos industriais só será efetiva se for baseada na aparência percebida sensorialmente e na capacidade mental da associação de ideias” (LÖBACH, 2007, p.65).

Quando a função simbólica manifesta-se predominante na configuração de um produto, fazendo com que as demais funções (estética e prática) ocupem um plano secundário, trata-se do “princípio da configuração simbólico-funcional”. Nesse caso, na configuração dos produtos, são destacados os aspectos semânticos. Portanto, a função simbólica relaciona-se com as questões semânticas do design e está atrelada aos significados dos produtos.

### 5.3.3. Função prática

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”. Partindo-se da premissa de que “o objetivo principal do desenvolvimento de produtos é criar funções práticas adequadas para que mediante seu uso possam satisfazer as necessidades físicas”, Löbach (2007, p.58) afirma que “as funções práticas dos produtos preenchem as condições fundamentais para a sobrevivência do homem e mantêm a sua saúde física”.

Embora o autor não mencione explicitamente, sua definição para a função prática diz respeito à solução ergonômica dos produtos. Essa relação se manifesta através de um exemplo dado por Löbach (2007, p.58): “por meio das funções práticas de uma cadeira se satisfazem as necessidades fisiológicas do usuário, facilitando ao corpo assumir uma posição para prevenir o cansaço físico”.

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. Os produtos industriais, em que há um grande predomínio da função prática, “possuem poucos aspectos sintonizados com o mundo intelectual do homem” (LÖBACH, 2007, p.90) e, em muitos casos, “estes produtos são ‘frios’ e impessoais e com eles o usuário não consegue desenvolver qualquer tipo de relação emocional”.

Ainda, de acordo com Löbach (2007, p.90), os produtos com excessiva ênfase na função prática possuem uma aparência “pobre em informação, são rapidamente apreendidos e despertam pouco interesse”. Mas vale ressaltar que

as relações entre os objetos e os usuários não são tão simples e dadas como certas, pois, por exemplo, com a obsolescência dos produtos que um dia teve sua função prática exacerbada, a função simbólica pode vir a se tornar a principal, inclusive, eliminando quase que por completo a função anteriormente predominante.

#### **5.3.4. Predominância e interdependência entre as funções**

De acordo com Löbach (2007, p.54), “os produtos possuem diversas funções, que podem ser hierarquizadas pela importância. A função principal está sempre acompanhada de outras funções secundárias, que com frequência podem permanecer ignoradas”. Também, segundo Löbach (2007, p.67), em todos os produtos, há uma predominância de uma das funções, ainda que as funções possam estar misturadas:

Todo produto industrial tem uma aparência sensorialmente perceptível, determinada por elementos de configuração, forma, cor, superfície etc. Possui também uma função estética que definimos como aspecto psicológico da percepção sensorial durante o uso. A esta função estética pode-se juntar a função prática, a função simbólica ou ambas. Sempre, porém, uma das funções terá prevalência sobre as outras.

Para ilustrar essa questão da predominância de uma função, Löbach (2007, p.68) apresenta três cadeiras e evidencia, em cada uma delas, qual é a função predominante. A partir dos exemplos apontados por Löbach (2007), elaborou-se o gráfico abaixo, o qual insere as três cadeiras dentro de uma lógica que articula a tríade do design com as dimensões semióticas da linguagem e com os tipos principais de funções dos produtos.

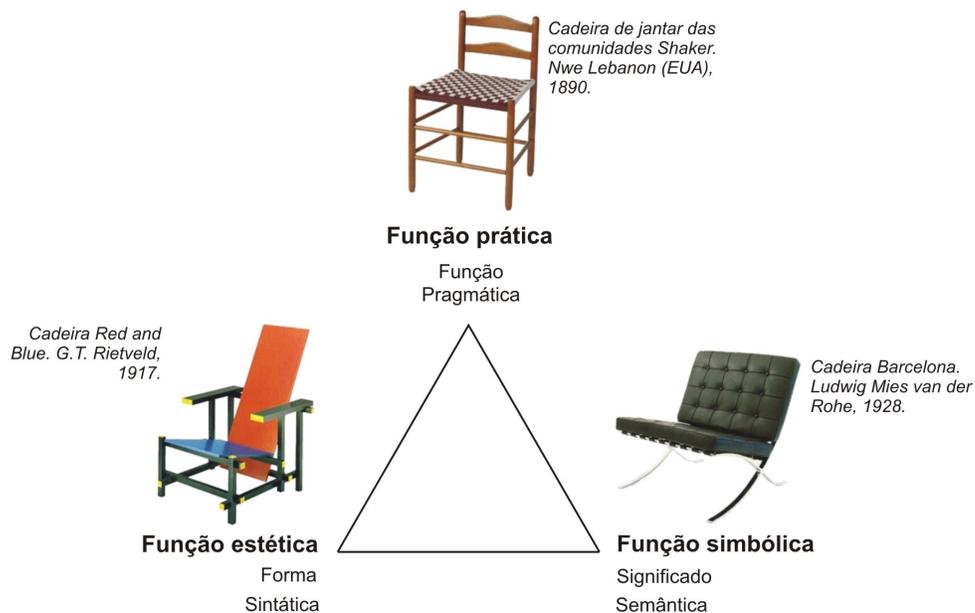


Figura 23 – As funções principais de três cadeiras, a paritr de Löbach (2007, p.68).  
Fonte: do autor.

A função estética está mais presente na cadeira *Red and Blue*, de Rietveld, por ser um produto que, praticamente não está orientado para o conforto do usuário e se formalizar mais como um exercício de construção, “que ele tentou resolver com os meios estéticos do construtivismo” (LÖBACH, 2007, p.69). De acordo com Löbach (2007, p.70), essa cadeira “prioritariamente tem uma função estética, já que aquela prática quase não existe. Ela permanece como um objeto artístico que tem formas semelhantes a um objeto de uso”.

A cadeira *Barcelona*, de Mies van der Rohe, é um exemplo de predominância da função simbólica, pois “é muito adequada para simbolizar o *status* e o poder financeiro”, uma vez que se trata de uma cadeira cuja estrutura é de aço polido e o estofamento de couro.

Por fim, na cadeira de jantar das comunidades *Shaker* predomina a função prática, por ser um produto concebido para um sentar ereto à mesa. “A superfície trançada do assento permite liberdade ao traseiro, o encosto formando ângulo reto com o assento mantém as costas do usuário em posição reta” (LÖBACH, 2007, p.69).

Portanto, conforme se pode notar, embora haja predominância de alguma função, em algum grau, as demais se fazem presentes nos produtos. As funções

estão inter-relacionadas, elas 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.

## 6. Tipologia da linguagem híbrida do design



*Para que o meu uso de termos, notações, etc., possa ser compreendido, explico que a consciência me impõe as regras seguintes*

(PEIRCE, 1980, p.99).

## 6. Tipologia da linguagem híbrida do design

A partir do referencial teórico exposto, compreende-se que o “híbrido” evidencia-se como uma categoria analítica da contemporaneidade, mostrando-se também apropriado para o estudo da linguagem do design, sobretudo, se voltado o olhar para as manifestações híbridas na produção contemporânea. Vale repetir que a pesquisa aqui apresentada se iniciou com a indagação sobre qual é a lógica que preside as formações híbridas no campo do design, sabendo-se que, se por um lado o híbrido não obedece a “padrões teóricos mais ordenadores”, por outro, não se trata de algo indeterminado, conforme assegura Vargas (2004, p.3):

O híbrido não significa ser indeterminado, mas sua determinação obedece a equações distintas e percorre caminhos dificilmente projetados por padrões teóricos mais ordenadores. Enquanto algumas análises enfatizam o perene – aspecto individual que melhor caracteriza –, o híbrido é levado pela instabilidade constante. Ele propõe uma espécie de artimanha teórica por não se sujeitar a classificações conhecidas.

É justamente pelo fato de “não se sujeitar a classificações conhecidas”, “por ser instável”, que se propõe que o híbrido seja estudado com algum grau de abstração. Portanto, na pesquisa, buscou-se estudar as formações híbridas no âmbito mais genérico da linguagem. Foi nas abstrações teóricas da semiótica que se encontrou um caminho para compreender os diversos tipos de hibridismos existentes e sistematizar a tipologia das manifestações híbridas no campo do design, ou seja, da linguagem híbrida do design.

Por meio da investigação, descortina-se 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 relações 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 podem-se 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.

Deve-se destacar, no entanto, que um mesmo produto pode pertencer a distintos tipos ou subtipos de hibridismos. 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.

### **6.1. Hibridismo sintático**

O hibridismo sintático também poderia ser designado 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, pode-se dizer 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 ou ser concebidos a partir do hibridismo de formas distintas.

O hibridismo sintático refere-se, pois, à mistura de elementos no âmbito da forma, afinal, a palavra “sintaxe” já traz em sua etimologia a noção da junção de elementos. “Etimologicamente, a palavra ‘sintaxe’ é formada por *syn*, que significa ‘junto’, ‘com’, e *taxis*, significando ‘arranjo’. Desse modo, a sintaxe pressupõe a existência de elementos (objetos) a serem combinados” (SANTAELLA, 2005a, p.112). Se no contexto linguístico a sintaxe refere-se à disposição ordenada de palavras segundo uma ordenação adequada, no design, bem como no contexto do alfabetismo visual, a sintaxe refere-se à formação das partes (DONDIS, 2007, p.29).

Por ser menos abstrata que as matrizes da linguagem e pensamento propostas por Santaella (2005a), ao contrário daquelas, a tipologia das manifestações híbridas do design volta-se, no nível da dimensão sintática, para as misturas dos suportes, meios ou canais em que as linguagens transitam, para

os códigos utilizados, para os materiais dos produtos e para as técnicas ou tecnologias empregadas. Portanto, a tipologia contempla a variedade dos suportes, meios e canais e as diferenças específicas que as linguagens adquirem nesses suportes.

Se, individualmente, cada um dos tipos de hibridismo sintático apresenta-se como uma variação possível, deve-se ter em mente que as divisões não são estanques, pois, em muitos casos, os códigos, os suportes, os materiais e as técnicas ou tecnologias encontram-se articulados em uma relação também de interdependência. De acordo com Plaza (2003, p.48), “ao traduzir os sentidos em códigos e meios como extensões do organismo, abstraímos e departamentalizamos os sentidos nesses meios, canais, suportes e códigos”.

Portanto, pode-se falar também em hibridismo intersemiótico, pois o hibridismo sintático acaba por produzir objetos intersemióticos. A intersemiose diz respeito à interpenetração de vários códigos, “produzindo híbridos que são os mutantes da qualidade nova”, uma vez que é através da intersemiose que se cruzam “outras linguagens, outros códigos, outros recursos, outros meios” (LEMINSKI apud MUCCI, 2005). Também, de acordo com Ferrara (2007, p.16), à “fragmentação dos códigos, variedade e combinação de vários signos dá-se o nome de intersemiotização: linguagem complexa estruturalmente, porém mais eficiente enquanto possibilidade de representação”.

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.

### **6.1.1. Hibridismo dos códigos**

O hibridismo sintático pode se dar a partir da mistura de códigos distintos. De acordo com Ferrara (2007, p.65), o código é um “sistema de sinais ou símbolos que, por convenção preestabelecida, destina-se a transmitir uma mensagem entre um emissor e um receptor, que podem estar representados por homens, máquinas ou ambos”. Para Farbiarz, A., Farbiarz, J. e Nojima (2006, p.66), “o código corresponde ao conjunto de sinais, chamados signos, perceptíveis ao receptor, e às regras de sua organização, sua ‘sintaxe”.

Considerando que uma classificação possível para os códigos é aquela que se liga aos sentidos humanos, pode-se, então, dizer que o hibridismo sintático pode-se manifestar a partir da mistura de, pelo menos, dois dos

seguintes códigos: visuais, sonoros, olfativos, gustativos e táteis. Aqui se pressupõe também, obviamente, as misturas entre códigos verbais e não verbais<sup>101</sup> (uma outra possibilidade de classificação dos códigos).

Paradoxalmente, ao se misturar os códigos, obtém-se o que Ferrara (2007, p.15) denominou de linguagem sem código, referindo-se ao texto não verbal, à linguagem não verbal, que é aquela que mescla todos os códigos, inclusive o verbal, mas que não tem sobre ela qualquer força hegemônica e centralizante, uma vez que a palavra se distribui e não a determina<sup>102</sup>.

A fragmentação sígnica é sua marca estrutural; nele não encontramos um signo, mas signos aglomerados sem convenções: sons, palavras, cores, traços, tamanhos, texturas, cheiros — as emanções dos cinco sentidos, que, via de regra, abstraem-se, surgem, no não verbal, juntas e simultâneas, porém desintegradas, já que, de imediato, não há convenção, não há sintaxe que as relacione: sua associação está implícita, ou melhor, precisa ser produzida (FERRARA, 2007, p.15).

Ferrara (2007, p.8), ao explorar as relações entre código e sintaxe, menciona que “todo código se caracteriza por um signo ou uma sintaxe específicos” e, conclusivamente, afirma: “se toda codificação é uma representação do universo, decodificar é conhecer o instrumento de codificação, o signo, mais a sintaxe que o identifica e caracteriza seu modo de representar”.

Signo e sintaxe são tanto mais lógicos e lineares quanto mais próximos estão da hegemonia expressiva de cada sentido humano, porque cada um deles funciona como elemento abstraidor dos demais, ao mesmo tempo que atua como extensão do homem na sua capacidade de perceber e organizar o mundo. A rigor, toda a codificação do universo atua como prolongamento da ação abstraidora dos sentidos e é tanto mais coerente e competente quanto mais fiel à natureza de cada sentido. Em outras palavras, essa é mais uma razão que vem confirmar o fato de que cada código gera signo e sintaxe específicos.

A capacidade representativa de uma linguagem é tanto mais segura e exaustiva em relação ao objeto representado quanto mais se apoia na capacidade perceptiva de cada sentido em particular. *Sons, texturas, paladares, cheiros, cores* são possibilidades de identificação do universo e são tanto mais seguras quanto mais fiéis à capacidade exclusiva de cada uma daquelas *emanções dos sentidos* (FERRARA, 2007, p.8, grifos nossos).

---

<sup>101</sup> De acordo com Gino (2007), uma possível interpretação do hibridismo formal “é a mescla de diferentes formas de gráficos como, por exemplo, a representação por meio do desenho ou da pintura em associação ao registro gráfico das palavras pela escrita”.

<sup>102</sup> De acordo com Ferrara (2007, p.15-16), “o nome não verbal se justifica exatamente porque nele a palavra não apresenta aquela lógica central que caracteriza o texto verbal. Desvincilhando-se da centralidade lógica e conseqüente linearidade e contigüidade do sentido, o texto não verbal tem uma outra lógica, onde o significado não se impõe, mas pode se distinguir sem hierarquia, numa simultaneidade; logo, não há um sentido, mas sentidos que não se impõem, mas que podem ser produzidos”.

Um exemplo desse hibridismo pode ser encontrado nas peças de design gráfico que possuem vernizes, utilizados para despertar a atenção do usuário para o tato ou o olfato, para reforçar a mensagem. Assim, tem-se em um único suporte aparente, o papel, signos visuais (imagens, textos etc.) e signos táteis (texturas) ou olfativos (cheiros), configurando um objeto híbrido, cujo processo de percepção convoca vários dos sentidos humanos.

O emprego de vernizes em capas de livros tornou-se recorrente no mundo do design. Na capa do livro *Pernambuco preservado*, por exemplo, há a aplicação de um verniz texturizado, áspero, enfatizando, pelo tato, a imagem fotográfica de uma pedra.



Figura 24 – Imagem do cartão. Capa (e detalhe) do livro *Pernambuco preservado*.  
Fonte: BRAIDA, ABAD e PONTE (2009, p.2203).

Na esteira dos vernizes, apresentam-se, também, o verniz-perfume, muito empregado em catálogos de venda de produtos de perfumaria “porta a porta” ou, ainda, como fez a Pancron, uma indústria gráfica, em seu catálogo de recursos de 2005. O mostruário de recursos vinha embrulhado em papel celofane magenta e no seu interior a imagem do conhecido bombom *Sonho de valsa*, na qual foi aplicada o recurso de verniz perfumado, de chocolate, sobre a imagem de um papel laminado prata, amarrotado, tal como fica esse papel ao se desembrulhar o bombom. Há, nesse caso, uma mistura dos códigos visuais, táteis, e olfativo para a criação de um do produto híbrido.

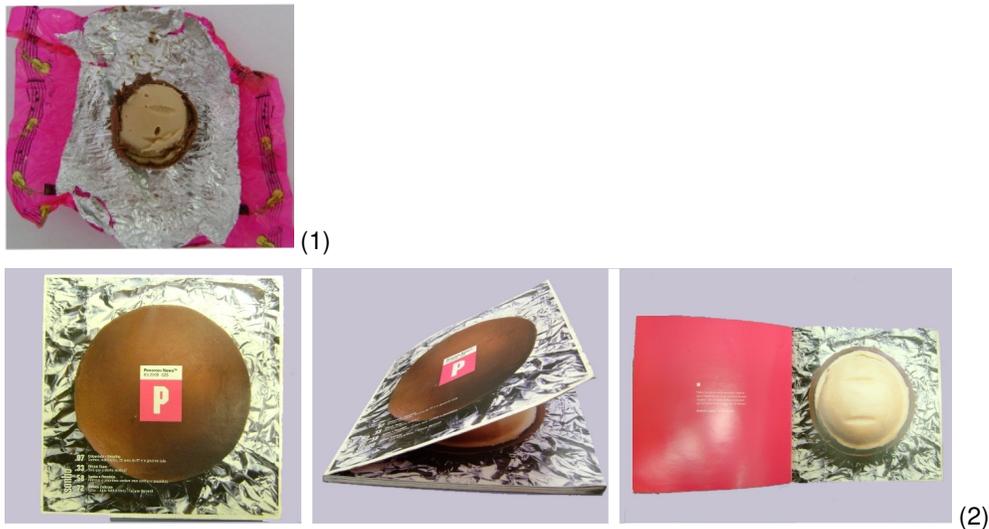


Figura 25 – Uso do verniz-perfume de chocolate em catálogo.

(1) Bombom Sonho de valsa. Foto: Alyne Miranda, 2008.

(2) Catálogo 2005 da Pancron Industria Gráfica. Fotos Alyne Miranda, 2008.

A cada dia, verifica-se a crescente quantidade de produtos que se constituem pelas mais variadas possibilidades de hibridismo dos códigos. São exemplos de misturas entre o código visual (quase sempre presentes nos produtos do design) e o código sonoro, a embalagem das balas *Tic-tac*, cujo nome é onomatopeico, pois ao serem manipuladas, quando há balas em seu interior, as embalagens emitem um som “tic-tac”. Misturam-se os códigos visual e o olfativo, quando da presença da fragrância de chocolate nos produtos da coleção *Seda S.O.S. Chocolate* ou do cheiro de chicletes nas sandálias *Melissa*. Há mistura dos códigos olfativos e gustativos na constituição do fio dental *Colgate* (com sabor e aroma de menta). Enfim, o repertório é vastíssimo.



Figura 26 – Produtos que trazem em si o hibridismo dos códigos.

- (1) Balas Tic-Tac. Disponível em: <<http://tastefood.files.wordpress.com/2008/11/32d0140d8d0be648632d59fb72d7a327.jpg?w=500&h=250>>. Acesso em: 4 fev. 2009.
- (2) Produtos da linha Seda Chocolate. Disponível em: <<http://ativos.dae.com.br/imagens/cosmeticos/seda/seda-sos-chocolate.jpg>>. Acesso em: 5 fev. 2009.
- (3) Fio dental Colgate menta. Disponível em: <<http://www.colgate.com.br/index1>>. Acesso em: 20 mar. 2010.

Mais um exemplo de hibridismo dos códigos está na criação de “pôsteres interativos” pela agência de publicidade DM9DDB para promover a empresa Saxofunny, especializada em efeitos sonoros. Essa campanha, que recebeu o sugestivo nome de *Toda imagem tem um som*, se compõe de pôsteres interativos, os quais, produzidos com certo material (mídia), podem ser manipulados, gerando um som que “traduz” a imagem impressa. Por exemplo, um cartaz com a representação imagética de uma tempestade é impresso em uma lâmina metálica que, ao ser sacudida, gera justamente o som característico de trovão, uma referência icônico-acústica à figura. O amassar de uma folha de papel de seda traduz o som crepitante de uma fogueira, que vem a ser, no caso, a imagem estampada. E, num plástico-bolha, a imagem de uma antiga máquina de datilografar onde teremos o “tac-tac” no ato de estourar as bolinhas de ar do plástico.



Figura 27 – Cartazes da campanha *Toda imagem tem um som*. Disponível em: <<http://lafora.com.br/2009/02/cartazes-com-som/>>. Acesso em: 02 fev. 2009.

Como se pode notar, neste tipo de hibridismo, considera-se a produção que não chega propriamente a ser caracterizada como multimídia, conforme ocorre no hibridismo dos canais, mas que é capaz de, ainda assim, a partir de um único suporte aparente, aguçar vários sentidos.

### 6.1.2. Híbridismo dos canais

Embora o híbridismo dos canais, assim como o híbridismo dos códigos, seja um tipo de híbridismo sintático e se relacione com os nossos sentidos perceptivos, ele diz respeito às misturas de canais. O híbridismo dos canais deve ser entendido como aquele tipo de híbridismo sintático em que há mistura dos suportes, ou seja, o diálogo dos meios. De acordo com Santaella (2005a, p.379, grifo da autora), “meios, como o próprio nome diz, são *meios*, isto é, suportes materiais, canais físicos nos quais as linguagens se corporificam e através dos quais, transitam” e, por isso mesmo, é que “o veículo, meio ou mídia de comunicação é o componente mais superficial, no sentido de ser aquele que primeiro aparece no processo comunicativo” (SANTAELLA, 2005a, p.380).

É através de canais, suportes ou meios que as mensagens, bem como as linguagens, se materializam. Portanto, os canais apresentam sua relevância. De acordo com Santaella (2005a, p.27), “é evidente que o meio através do qual uma linguagem é veiculada tem importância soberana para se compreender a maneira como suas mensagens são produzidas, transmitidas e recebidas”. Essa importância se tornou ainda mais evidente após McLuhan (1971, p.21) ter afirmado que “o meio é a mensagem”.

Segundo Plaza (2003, p.65), “o processo de hibridização nos permite fazer os meios dialogarem”. Plaza ainda apresenta dois resultados possíveis, decorrentes dos processos de hibridização dos meios: (1) a completa criação de um novo meio, a partir da fusão de outros dois e (2) o convívio dos meios em um meio híbrido, que não chega a se configurar como inteiramente novo. Desse modo,

a combinação de dois ou mais canais, a partir de uma matriz de invenção, ou a montagem de vários meios pode fazer surgir um outro, que é a soma qualitativa daqueles que o constituem. No caso, a hibridização produz um dado inusitado, que é a criação de um meio novo antes inexistente<sup>103</sup>. Uma segunda possibilidade é superpor diversas tecnologias, sem que a soma, entretanto, resolva o conflito. Neste caso, os múltiplos meios não chegam a realizar uma síntese qualitativa, resultando uma espécie de colagem que se conhece como *multimídia*<sup>104</sup> (PLAZA, 2003, p.65, grifo do autor).

Nesse mesmo sentido, Santaella (2005a, p.28) afirma que “além de crescerem na medida exata em que cada novo veículo ou meio é inventado, as

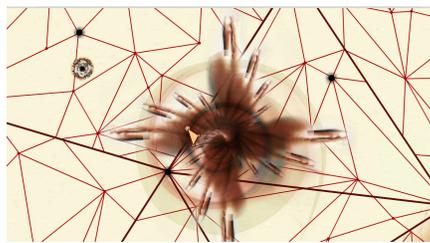
---

<sup>103</sup> Este é o caso do processo de hibridização por fusão ou homogênea.

<sup>104</sup> A multimídia é resultado de um processo de hibridização por interpenetração ou heterogênea.

linguagens também crescem através do casamento entre meios”. Portanto, a partir do hibridismo dos canais, obtém-se a multimídia, uma vez que, “para designar o veículo da comunicação, tem sido muito utilizado o termo *mídia*” (BLIKSTEIN, 1985, p.57, grifo do autor).

Exemplos de sistemas híbridos citados por Walther-Bense (2000, p.68) são os sistemas de ensino audiovisual ou multimedial (televisão em cores, publicidade), “que podem, em princípio, ser recebidos por alguns ou por todos sentidos”. No campo do design, esse tipo de processo de hibridização é evidenciado no design de hipermídia, cuja linguagem, ela própria, tem sido considerada por diversos autores como maior exemplo de linguagem híbrida, pois nela, “várias linguagens se interagem para compor uma outra complexa e múltipla” (CAMPOS, 2009, p.78).



(1)



(2)



(3)



(4)

Figura 28 – Projetos experimentais em design de hipermídia. Trabalhos de conclusão de curso em Design de Hipermídia. Orientadora: Mônica Moura.

(1) Além da pele. 2009. Disponível em: <<http://www.designdehipermidia.com.br/tccs/2009/alemdapele/INICIO.swf>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

(2) Sincretico: o real e o imaginário na cidade de São Paulo. 2009. Disponível em: <<http://www.designdehipermidia.com.br/tccs/2009/sincretico/index.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

(3) Viagem através da película. 2008. Disponível em: <<http://www.designdehipermidia.com.br/tccs/2008/viagemalua/index.html>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

(4) Fetichismo do Objeto. 2008. Disponível em: <<http://www.designdehipermidia.com.br/tccs/2008/fetichismoobjeto/index.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

Na hipermídia estão, potencialmente, hibridizados sons, imagens e texto, tal como apresentado acima nos projetos experimentais de design de hipermídia, desenvolvidos sob a orientação da professora Mônica Moura. Esses projetos

buscam explorar a linguagem de hipermídia em sua plenitude, o que resulta em interfaces verdadeiramente híbridas.

Mesmo sabendo que a hibridização dos meios não se deu com o nascimento da hipermídia, “é na fase da era digital, na criação e produção para a mídia não linear e interativa que ela mais se destaca e é amplamente utilizada, tendo uma constante ressignificação de seus valores e possibilidades” (MOURA, 2003, p.190). Por isso é que, de acordo com Moura (2003, p.148a), “podemos dizer que a hipermídia envolve e facilita a relação homem e computador, a relação com grupos e pessoas distantes fisicamente e a relação entre linguagens em um processo permanente de intersemiose e hibridação”.

São diversas as atuações do designer de hipermídia, bem como é enorme a quantidade de produtos dessa modalidade que se apresentam como híbridos. Podem-se citar como exemplos: um *banner pop-up*, um *site* de uma empresa, um ambiente virtual de aprendizagem, jogos digitais em geral e aplicativos para *smartphones* (telefones celulares multifuncionais). E a cada dia, surgem novas aplicações para esse tipo de design, como, por exemplo, a produção de conteúdo de hipermídia para discos *Blu-ray*.

O hibridismo dos canais nasce, portanto, da “associação de duas ou mais mídias, [que] além de ampliar as descobertas e possibilidades criativas, permitem desenvolver uma nova forma de criação, uma nova expressão” (MOURA, 2003, p.190).

### 6.1.3. Hibridismo dos materiais

De acordo com Bense (1971 apud WALTHER-BENSE, 2000, grifos da autora) “um objeto de design possui, antes de tudo, uma *materialidade técnica* ou uma *dimensão material*”. Nota-se, portanto, a relevância dos materiais, acompanhados de suas características (sintáticas, semânticas e pragmáticas), para a configuração dos produtos do design. Por se relacionarem, eminentemente, com a aparência dos produtos e por revelar as questões formais apresentadas nas suas “peles”, nas camadas mais superficiais ou nas interfaces (MANZINI, 1993, p.39), os aspectos da materialidade, nesta tese, estão inseridos dentro da dimensão sintática dos produtos. De acordo com Flusser (2007, p.28, grifo do autor), “a matéria no design, como qualquer outro aspecto cultural, é o modo *como* as formas aparecem”. “Seja qual for o significado da palavra ‘material’, só não pode exprimir o oposto de ‘imaterialidade’. Pois a

‘imaterialidade’, ou, no sentido estrito, a forma, é precisamente aquilo que faz o material aparecer. A aparência do material é a forma” (FLUSSER, 2007, p.32).

Assim, o hibridismo dos materiais reporta-se às misturas de materiais reveladas na forma dos produtos, na interface, perceptíveis pelos sentidos humanos. Os produtos portadores do hibridismo dos materiais são aqueles que não podem ser considerados como homogêneos, feitos de um único material.

Cada vez mais, os avanços tecnológicos permitem a perfeita junção de materiais como, por exemplo, plásticos e metais, para a fabricação de novos produtos. A história dos materiais conta, também, a história do design e vice-versa. Segundo Sparke (2010, p.163, tradução nossa), por exemplo, a tecnologia da madeira e a combinação de materiais “se introduziram de forma surpreendente no design do pós-guerra”<sup>105</sup>. De acordo com Zarotti (1993, p.178),

com o passar dos anos, os novos materiais e o respectivo estudo conquistam, cada vez maior importância. Os novos materiais oferecem soluções a problemas técnicos, econômicos, estratégicos e ecológicos. Além de substituírem com vantagem os tradicionais, já com créditos firmados, podem criar novas exigências e novos mercados.

Analisado sob o ponto de vista histórico, nota-se que o desenvolvimento de novos materiais, como o ferro, o vidro e o aço, foi, em grande parte, responsável pelo cenário da vida moderna. Também dois outros materiais de suma importância para os designers são o plástico e o alumínio. O surgimento desses novos materiais é uma contribuição da tecnologia às formas e imagens do design moderno. Conforme relata Sparke (2010, p.62, tradução nossa),

os novos materiais foram impulsionados por grandes corporações na América do Norte, e foram modelados por designers norte-americanos que aplicaram de bom grado sua imaginação visual a este fim. Na Europa, diversos arquitetos-projetistas progressistas estavam experimentando também com materiais novos, especialmente no campo do design de mobiliário<sup>106</sup>.

Portanto, pode-se afirmar que “os novos materiais desempenharam um papel crucial em muitas formas modernas que surgiram nos Estados Unidos na década de trinta, e as imagens que os designers criaram para elas costumavam

---

<sup>105</sup> Do original: “se introdujeron de forma sorprendente em el diseño de posguerra”.

<sup>106</sup> Do original: “los nuevos materiales no fueron impulsados por grandes corporaciones en Norteamérica, y fueron moldeados por diseñadores norteamericanos que aplicaban de buen grado su imaginación visual a este fin. En Europa, diversos arquitectos-diseñadores progresistas estaban experimentando también con materiales nuevos, especialmente en el campo del diseño de mobiliario”.

ser muito inovadoras”<sup>107</sup> (SPARKE, 2010, p.60, tradução nossa). Exemplos de projetistas que lançaram mão desses novos materiais são: Marcel Breuer, Mies van der Rohe e Le Corbusier. Um grande exemplo de emprego de novos materiais pode ser dado com a utilização do aço tubular na Alemanha. Nota-se que, cada vez mais, as estruturas sólidas puderam ser substituídas por estruturas esqueléticas, as quais tiravam partido dos novos materiais, sobretudo de suas propriedades de resistência.

Foi justamente esse grande avanço dos novos materiais que contribuiu para a modernização de considerável parte da sociedade ocidental no período entreguerras, verificando-se, a partir de então, um processo crescente de hibridismo dos materiais. Sparke (2010, p.163, tradução nossa) também enfatiza que

os plásticos também sofreram uma transformação durante a guerra e imediatamente depois. O polietileno, o PVC e o poliestireno, entre outras inúmeras manifestações deste elemento sintético, se adicionaram à já extensa lista de materiais sintéticos que haviam introduzido na vida cotidiana. Ante estas novas possibilidades se produziram diversas reações culturais<sup>108</sup>.

De acordo com Manzini (1993, p.39), “na atual fase técnica e cultural, a superfície [por meio de sua materialidade] tem tendência para assumir um papel mais autônomo e significativo na caracterização dos objetos”. Por exemplo, a partir da utilização de plásticos no final dos anos de 1960, incorporaram-se “ideias sobre flexibilidade e mutabilidade nos objetos do design que constituíam o entorno material contemporâneo”<sup>109</sup> (SPARKE, 2010, p.163, tradução nossa).

Também o surgimento das composições híbridas, como, por exemplo, das resinas, foi fundamental para a produção de novos produtos com qualidades até então consideradas paradoxais como leveza e resistência. Inclusive este foi um dos temas da exposição intitulada *Mutante materials in contemporary design*

---

<sup>107</sup> Do original: “*los nuevos materiales desempeñaron un papel crucial en muchas de las formas modernas que surgieron en Estados Unidos en la década de los treinta, y las imágenes que los diseñadores crearon para ellas solían ser muy innovadoras*”.

<sup>108</sup> Do original: “*los plásticos también sufrieron una transformación durante la guerra e inmediatamente después. El polietileno, el PVC y el poliestireno, entre otras innumerables manifestaciones de este elemento sintético, se añadieron a la ya extensa lista de materiales sintéticos que se habían introducido em la vida cotidiana. Ante estas nuevas posibilidades se produjeron diversas reacciones culturales*”.

<sup>109</sup> Do original: “*ideas sobre flexibilidad y mutabilidad em los objetos de diseño que constituían el entorno material contemporáneo*”.

(*Materiais mutantes no design contemporâneo*), exibida no Museu de Arte Moderna de Nova York, em 1995. De acordo com a curadora Paola Antoneli,

O melhor exemplo dessa revolução em materiais de design é a experimentação com materiais compósitos, um dos avanços mais significativos em tecnologia do século XX. Os compósitos são combinações de materiais e das suas propriedades individuais. Os mais frequentemente utilizados são os compostos de resinas termoendurecíveis, que são leves e resistentes à corrosão, e de vidro ou fibras de carbono, que são fortes, bem como flexível. Tais materiais híbridos têm revolucionado a fabricação de uma ampla gama de objetos, especialmente de esportes e equipamentos médicos e componentes para indústria automóvel e avião<sup>110</sup> (ANTONELLI, 1995, tradução nossa).

Ainda cabe destacar que os materiais, embora estejam sob a dominância da Primeiridade, portanto, relacionados diretamente à dimensão sintática dos produtos, também influenciam as outras dimensões (NIEMEYER, 2003, p.50). Nesse sentido, Manzini (1993, p.39) afirma que “a evolução técnica e cultural faz com que os objetos acumulem novas qualidades de desempenhos, sensoriais e semânticos”. Assim, conforme ressalta Antonelli (1995, tradução nossa), os materiais, na contemporaneidade, vão-se misturando e assumindo propriedades uns do outros:

Hoje, a adesão à “verdade” de um material já não é um absoluto para o projeto. Novas tecnologias estão sendo usadas para personalizar, estender e modificar as propriedades físicas dos materiais, e de inventar novos dotados com o poder de mudança. Os plásticos podem ser tão transparentes como o vidro, flexível como fibra e metálico como o alumínio; madeira pode ser tão macia como estofados. Metais sólidos estão sendo substituídos por cerâmica, e as chapas metálicas por carbono e fibras de vidro. Não mais passivos, os materiais agora são transformados em intérpretes ativos dos objetivos dos engenheiros e dos designers<sup>111</sup>.

---

<sup>110</sup> Do original: “*The best example of this revolution in design materials is the experimentation with composites, one of the more significant advances in twentieth-century technology. Composites are combinations of materials and of their individual properties. The most frequently used are compounds of thermosetting resins, which are lightweight and corrosion-resistant, and glass or carbon fibers, which are strong as well as flexible. Such hybrid materials have revolutionized the manufacture of a wide range of objects, particularly sports and medical equipment and automobile and airplane components*”.

<sup>111</sup> Do original: “*Today, adherence to the “truth” of a material is no longer an absolute for design. New technologies are being used to customize, extend, and modify the physical properties of materials, and to invent new ones endowed with the power of change. Plastics can be as transparent as glass, as flexible as fiber, as metallic as aluminum; wood can be as soft as upholstery. Solid metals are being replaced by ceramics, and sheet metal by carbon and glass fibers. No longer adjuncts in passive roles, materials have been transformed into active interpreters of the goals of engineers and designers*”.

Nos dias de hoje, coloca-se também em questão a própria reutilização de materiais, preservando-se sua integralidade ou reciclando-o. E essa noção de reutilização para composição de um híbrido pode ser levada tão adiante que pode, inclusive, abarcar o design gráfico. Afinal, de acordo com Machado (2008, p.70), “muitos materiais utilizados, inclusive, são reciclagens de imagens em circulação nos meios de massa, cujas origens já se perderam”.

Os exemplos do hibridismo dos materiais são inúmeros e podem ser encontrados em todas as modalidades do design. A Cadeira café, dos irmãos Campana, é fruto de uma inusitada mistura do vime com o plástico. Ela compõe uma série de produtos concebidos a partir do processo de hibridização de materiais naturais com materiais sintéticos. Sobre essa cadeira, Cresto (2009, p.93-94) pondera:

Neste conceito, faz-se um entrecruzamento de métodos de fabricação e uma oposição entre eles, expressa nos materiais escolhidos. Há uma visibilidade sobre acabamentos e possibilidades oferecidas nas matérias-primas opostas: o aspecto da cor, que no caso do plástico é brilhante, enquanto na fibra é mais opaca; a sensação tátil também difere: o liso artificial e o rugoso natural. Esta estratégia de misturar o que não se espera associar estimula a percepção, convida a imaginação para aspectos como sensação tátil, temperatura, conforto, peso, etc., interferindo com as expectativas que essas associações sugerem.

Em meio às oposições que os materiais sugerem, estão as implicações simbólicas que elas remetem. O material natural junto ao artificial (ou industrial sintético) sugerem a união de processos de fabricação: o artesanal, o trançado, empregado junto à produção industrial. Este aparente “choque” entre os materiais pode sugerir uma reflexão sobre a tecnologia, a partir da fusão de processos, geralmente vistos como opostos, visões postas em choque.

Nesse mesmo sentido, Sebastian Errazuriz concebe uma luminária a partir de um pato empalhado e sem cabeça. Do universo do design de joias, pode-se mencionar a coleção de colares apresentados na Minas Trend Preview!, Primavera-Verão/2010-2011. Eles foram concebidos a partir de uma variada mistura de materiais. Também a sandália Melissa cravejada de diamantes, já citada no capítulo introdutório desta tese, apresenta-se como uma manifestação do hibridismo dos materiais.

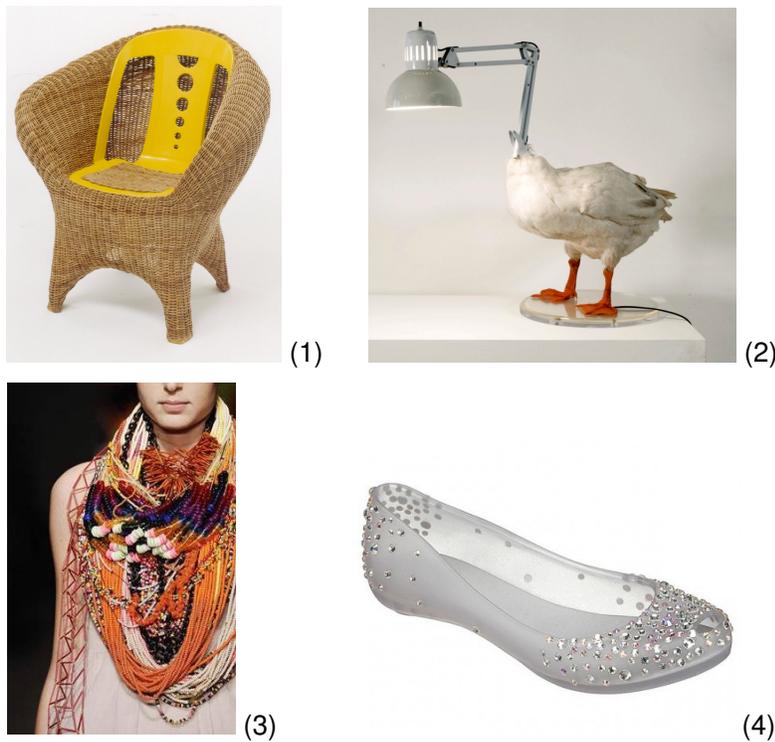


Figura 29 – Produtos concebidos a partir do hibridismo dos materiais.

(1) Cadeira café, 2006. Irmãos Campana. Disponível em: <[http://4.bp.blogspot.com/\\_ntKVvzNttc/S8bs6YjWh\\_I/AAAAAAAD\\_Q/oqCwlayH2Uc/s1600/Irm%C3%A3os+Campana+-+2006+Cafe%CC%81+Chair-+TransPlastic+Collection+%C2%A9+Fernando+Laszlo\(a\).jpg](http://4.bp.blogspot.com/_ntKVvzNttc/S8bs6YjWh_I/AAAAAAAD_Q/oqCwlayH2Uc/s1600/Irm%C3%A3os+Campana+-+2006+Cafe%CC%81+Chair-+TransPlastic+Collection+%C2%A9+Fernando+Laszlo(a).jpg)>. Acesso em: 03 jan. 2012.

(2) The duck lamp, 2002. Disponível em: <[http://meetsebastian.com/mas56/files/gimgs/56\\_duck-lamp-high-1-z.jpg](http://meetsebastian.com/mas56/files/gimgs/56_duck-lamp-high-1-z.jpg)>. Acesso em: 06 jun. 2010.

(3) Colar de materiais misturados. 2010. Mary Design. Disponível em: <<http://im.portaisdamoda.com.br/gal147/33706ndm2.jpg>>. Acesso em: 05 fev. 2012

(4) Sandália Melissa Ultragirl, da designer inglesa J. Maskrey. Disponível em: <<http://www.jellyweb.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/12/maskrey-500x375.jpg>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

#### 6.1.4. Hibridismo das técnicas ou tecnologias

Dentre os aspectos envolvidos na dimensão sintática do design está a técnica ou tecnologia. De acordo com Santaella (2003, p.152-153),

enquanto a técnica é um saber fazer, cuja natureza intelectual se caracteriza por habilidades que são introjetadas por um indivíduo, a tecnologia inclui a técnica, mas avança além dela. Há tecnologia onde quer que um dispositivo, aparelho ou máquina for capaz de encarnar, fora do corpo humano, um saber técnico, um conhecimento científico acerca de habilidades técnicas específicas.

Na realidade, o design pressupõe uma técnica (ou uma tecnologia), e dela é inseparável. Nesse sentido, Flusser (2007, p.183) menciona que “as palavras design, máquina, técnica, *ars* e *kunst* estão fortemente inter-relacionadas; cada um dos conceitos é impensável sem os demais”. Ainda, de acordo com Flusser (2007, p.184), “esse é o design que está na base de toda cultura: enganar a natureza por meio da técnica”. Depreende-se, dessa afirmação, que é por meio técnicas e das tecnologias (e do design) que os homens têm configurado o mundo, (trans)formando-o e (re)criando-o. Tal assertiva também pode ser retirada da visão de “mundo tecnológico” apresentado por Duarte (2003, p.14-20). De acordo com o autor, foi “McLuhan [quem] mostrou como a história e o pensamento se transformaram em relação direta com o desenvolvimento tecnológico” (DUARTE, 2003, p.15).

No campo do design, foi esse desenvolvimento tecnológico que injeitou uma série de processos de hibridização. Com o advento da Revolução Industrial, inaugurou-se a soberania das máquinas, e a conseqüente hibridização das técnicas e tecnologias. Bons exemplos para ilustrar a questão do hibridismo das técnicas ou tecnologias se encontram no universo das imagens.

Ao abordar a questão do lugar da imagem na sincronização das culturas artesanal, industrial-mecânica, industrial-eletrônica e teleinformática, Machado (2008, p.69-70, grifos nossos) constata que, na contemporaneidade, são pacificamente hibridizadas as imagens pré-fotográfica, fotográfica e pós-fotográfica:

As fronteiras formais e materiais entre os suportes e as linguagens foram dissolvidas; as imagens agora são mestiças, ou seja, elas são compostas a partir de fontes as mais diversas — parte é fotografia, parte é desenho, parte é vídeo, parte é texto produzido em geradores de caracteres e parte é modelo matemático gerado em computador. Cada plano agora é *híbrido*, em que já não se pode mais determinar a natureza de cada um de seus elementos constitutivos, tamanha é a *mistura*, a sobreposição, o empilhamento de procedimentos diversos, sejam eles antigos ou modernos, sofisticados ou elementares, tecnológicos ou artesanais. O próprio conceito de “plano”, importado do cinema tradicional, revela-se cada vez mais inadequado para descrever o processo organizativo das imagens, pois em geral há uma infinidade de “planos” dentro de cada tela, encavalados, superpostos, recortados uns dentro dos outros. Não só as origens são diferentes, mas essas imagens estão ainda migrando o tempo todo de um meio a outro, de uma natureza a outra (pictórica fotoquímica, eletrônica, digital), a ponto de este trânsito permanente se tornar sua característica mais marcante.

Também Silva (2008, p.123), ao estudar o design gráfico (digital) contemporâneo, afirma que o “empilhamento” visual é uma de suas características e o procedimento mais recorrente é o hibridismo. De acordo com

a autora, são diversas as misturas e combinações encontradas nas imagens. Por exemplo: fotografia com grafismo, ilustração realista com impresso e carimbo, superposição e montagem de escultura com fotografia, etc. (SILVA, 2008, p.125). Como categorias analíticas das imagens contemporâneas, Silva (2008, p.125-143) propõe: (1) composições híbridas, (2) superposição de imagens, (3) o palimpsesto, o sujo, o velho, o inacabado, (4) a espiral e o meio fluido, (5) o mosaico, o caleidoscópio, a dobra, (6) o fractal, o rizoma e o contágio, (7) a metalinguagem e (8) elementos decorativos. Destaca-se que, todas essas possibilidades, estão intimamente relacionadas com a tecnologia digital, pois a digitalização é, em si, um processo de hibridização que permite convergências. “O destino da imagem é daqui em diante numérico” (COUCHOT, 2004, p.45).

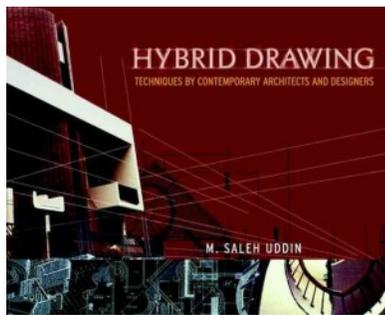
De acordo com Moura (2005, p.8),

imagens pictóricas, fotográficas, videográficas, desenhos, ilustrações, grafismos, animações em 2D e 3D, diversas tipografias e caligrafias, textos, poesias visuais, frases soltas, narrativas, jogos, telas sobrepostas, justapostas, concêntricas propõem uma nova e dinâmica diagramação. Também são incorporados os ruídos e interferências dos próprios sistemas ou programas que constituem uma nova paisagem e convivem na mesma interface, associando-se e fundindo-se em uma nova estética, em uma nova poética.

Assim, percebe-se que os hibridismos visuais no design se constituem, por vezes, sob as influências de muitas das iniciativas de produção de híbridos no campo das artes. Já foi citado, nesta tese, o pioneirismo de Rauschenberg no âmbito das produções artísticas híbridas. Nessa esteira, a mixagem de produtos técnico-analógicos com tecno-digitais tornou-se uma das características da produção visual contemporânea. Um exemplo do hibridismo dos vários tipos e técnicas de imagem é a capa do livro de Uddin (1999), intitulado *Hybrid drawing: techniques by contemporary architects and designers (Desenho híbrido: técnicas para arquitetos e designers contemporâneos)*. Também Moura (2005, p.6) destacou o trabalho de Cláudio Rocha e Tony De Marco para a capa da revista *Tupigrafia* como uma produção híbrida. Ainda podem ser mencionados como exemplos os sites das sandálias Havaianas e dos irmãos Campana.

Todos os exemplos se enquadram em pelo menos uma das categorias aponadas por Silva (2008) e “articulam a mistura e a combinação das mais distintas possibilidades de comunicação, numa única representação, através de uma acentuada diversificação de seus atributos visuais” (CAUDURO, 2007, p.278).

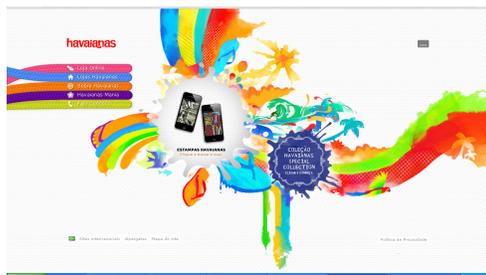
---



(1)



(2)



(3)



(4)

Figura 30 – Hibridismo das técnicas ou tecnologias no design gráfico (digital).

(1) Capa do livro *Hybrid drawing*, 1999. Disponível em: <[http://cdn.00113.upx.net.br/imagem/capas\\_lg/146/255146.jpg](http://cdn.00113.upx.net.br/imagem/capas_lg/146/255146.jpg)>. Acesso em: 03 mar. 2011.

(2) Capa da revista *Tupigrafia*, 2000. Cláudio Rocha e Tony De Marco. Fonte: Moura (2005, p.6).

(3) Site oficial das sandálias Havaianas, 2012. Disponível em: <<http://br.havaianas.com/pt-BR>>. Acesso em: 1 mar. 2012.

(4) Página da Cadeira Vermelha. Irmãos Campana. Disponível em: <[http://www.campana.com.br/home\\_br.html](http://www.campana.com.br/home_br.html)>. Acesso em: 10 jan. 2012.

Deve-se ressaltar que é no âmbito da dimensão sintática que a técnica ou a tecnologia se relaciona com os códigos, os canais, meios ou suportes e os materiais. Segundo Caramella (1998, p.77, grifos da autora),

assim, dizer do *código* da linguagem não verbal é dizer da *técnica* utilizada no tratamento dos materiais. Isto é, estamos entendendo técnica como associação que, baseada na experiência, codifica materiais na produção de signos e no estabelecimento de uma sintaxe em uma obra. Por isso, podemos também afirmar que a técnica nunca é inocente ou ingênua, ou um mero elemento pejorativo, pois ela representa valor. Acontece, porém, que a sintaxe produzida pelos elementos técnicos nem sempre é passível de generalização. Daí sua dificuldade, mas também seu caráter e desafio.

Dentre todas as questões relativas ao hibridismo das técnicas ou tecnologias, destacam-se as misturas dos processos de produção artesanal e industrial. De acordo com Roizenbruch (2009, p.56), “o design híbrido pode se aproximar de inovações tecnológicas sofisticadas, mas também pode incorporar

técnicas e tradições produtivas artesanais”. Nesse contexto vale citar a produção dos irmãos Campana, pois, de acordo com Costa (2010, p.194), alguns objetos desses designers são produzidos por meio de uma “industrialização artesanal”; por meio de processos de hibridização das técnicas, pode-se acrescentar.

## **6.2.Hibridismo semântico**

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.

Os produtos portadores do hibridismo semântico colocam em xeque ou minimamente questionam a afirmativa de Munari (1984, p.30):

O designer não tem estilo nenhum e a forma final de seus objetos é resultado lógico de um projeto que se propõe resolver da melhor maneira todas as componentes de um problema: escolhe as matérias mais convenientes, as técnicas mais justas, experimenta as possibilidades de ambas, tem em conta a componente psicológica, o custo e cada função em particular.

São dois os tipos de (2) hibridismo semântico: (2.1) hibridismo dos arquétipos e (2.2) hibridismo dos contextos.

### **6.2.1.Hibridismo dos arquétipos**

Há produtos que se configuram pela mistura dos arquétipos. O arquétipo refere-se ao primeiro modelo ou imagem de alguma coisa, e pode designar as antigas impressões sobre algo. Embora esteja vinculado à forma e ao uso, em última instância, o arquétipo diz respeito ao significado, pois “trabalhando dentro de uma estrutura de arquétipos, é possível levar alguma profundidade

psicológica e emocional para o design de objetos” (SUDJIC, 2010, p.76). Sobre o arquétipo no campo do design, Sudjic (2010, p.80) afirma:

a obra de um designer quase sempre se baseia na exploração e na manipulação de arquétipos existentes. Uma vez criado, um arquétipo fica em nossa memória, uma recordação pronta para ser usada novamente, às vezes de formas muito diretas.

Exemplos de arquétipos apresentados por Sudjic são as cédulas de dinheiro, um teclado e o telefone de Jean Heiberg. Também certas cores funcionam como arquétipos, pois “significam determinadas características, que vão de gênero a precisão” (SUDJIC, 2010, p.80). Nota-se, portanto, que o mundo do design está povoado por arquétipos. Eles trazem argumentos estéticos, simbólicos e práticos coerentes entre si. No entanto, quando se misturam os arquétipos, nasce um produto cujo significado é híbrido. A mistura, por exemplo, da forma de um arquétipo com a função prática de outro, gera um híbrido, um produto cujo sentido é paradoxal.

Um exemplo é o cinzeiro-pires comercializado pela *Tok&Stok*. Este é um produto bem-humorado. Trata-se de um pires com o desejo de ser cinzeiro. A frase que vem impressa é: “Chega, não aguento mais ser pires, quero ser Cinzeiro!”. Nesse caso, o arquétipo formal é do pires, mas, por meio de um argumento verbal que tende a sinalizar a sua função prática, sugere-se que esse produto seja um cinzeiro, ainda que guarde similitudes (formais) com um pires.

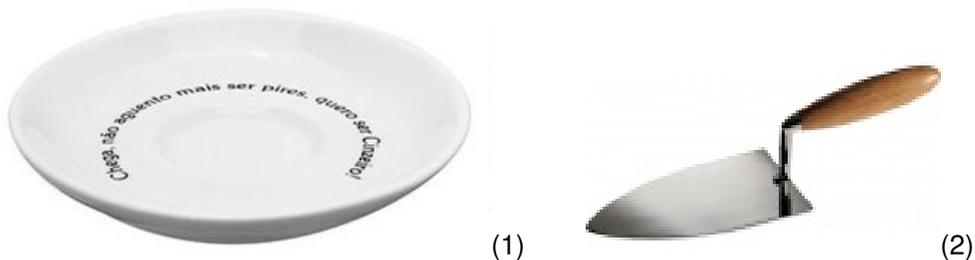


Figura 31 – Produtos do hibridismo dos arquétipos

(1) Cinzeiro pires, Tok&Stok.

Disponível em: <[http://www.tokstok.com.br/v4/novidades/fev11/forma\\_04.jpg](http://www.tokstok.com.br/v4/novidades/fev11/forma_04.jpg)>. Acesso em: 05 mar. 2011.

(2) Espátula de bolo, “Ceci n'est pas une truelle”, Philippe Starck, Alessi.

Disponível em: <[http://www.alessi-shop.com/ashop-us/images/T/T115\\_17220.jpg](http://www.alessi-shop.com/ashop-us/images/T/T115_17220.jpg)>.

Acesso em: 05 jan. 2012.

Esses tipos de produtos híbridos são a própria “afirmação do simulacro, afirmação do elemento na rede do similar” (FOUCAULT, 2007, p.65). Outro

exemplo é a espátula de bolo de Philippe Starck, intitulada *Ceci n'est pas une truelle (Isto não é uma colher de pedreiro)*, uma alusão direta ao famoso quadro de René Magritte *Ceci n'est pas une pipe (Isto não é um cachimbo)*. Referindo-se ao quadro de Magritte, Foucault (2007, p.64-65) afirma que, “de fato, lançados uns contra os outros ou mesmo simplesmente justapostos, esses elementos anulam a semelhança intrínseca que aparecem trazer consigo, e pouco a pouco se esboça uma rede aberta de similitudes”. Nesse exemplo, também, o arquétipo formal é contrariado pelo argumento propositivo da função prática do objeto: embora tenha uma forma de colher de pedreiro, trata-se de uma espátula de bolo, porque assim o designer o concebeu.

Esses produtos trazem em si o hibridismo dos arquétipos e são exemplos, de um ponto de vista mais geral, do hibridismo semântico. Vale ressaltar, que esse tipo de hibridismo semântico não chega a questionar a existência do produto como pertencente ao campo do design. São objetos que não aspiram, por exemplo, à categoria de objetos de arte, conforme acontece nos produtos que se apresentam como manifestações do hibridismo dos contextos.

### **6.2.2.Hibridismo dos contextos**

Este é um tipo de hibridismo semântico fortemente relacionado ao hibridismo pragmático, pois diz respeito aos objetos que são recontextualizados para criar um produto novo. São objetos que, em muitos casos, pertencem a diversas categorias, pois são objetos que originalmente podem pertencer a um campo, mas aspirar a outro, tais como produtos do design convertidos em produtos de arte, e vice-versa.

Uma das perguntas epistemológicas do design é: em qual contexto o design se insere? No contexto das artes, das ciências ou das tecnologias? Na realidade, até mesmo antes desta, impõe-se a problematização da necessidade de se colocar tal pergunta; portanto, não se propõe aqui uma resposta, uma vez que se trata, de fato, de um problema de foro epistemológico. Mas, o que não há dúvidas é que existem produtos do design, que, flagrantemente, se apresentam como objetos de fronteira, apresentando um hibridismo dos contextos. Como a própria nomenclatura desse tipo sugere, ele depende diretamente do contexto em que os produtos são produzidos ou em que estão inseridos.

Sobre o contexto, Niemeyer (1997, p.129) pondera:

A questão do contexto é muito ampla, mas é fundamental para a seleção de uma abordagem e implementação de projeto. O contexto neste caso significa o ambiente em que o projeto é desenvolvido e no qual ele irá operar, o contexto do usuário e do designer, condições sob as quais o produto foi desenvolvido e for utilizado, todos são fatores que irão influir no sucesso ou fracasso do produto.

Os objetos podem, portanto, ganhar outros significados, sobretudo, se descontextualizados ou recontextualizados pela ação de um designer com a anuência do usuário<sup>112</sup>. Este é o caso dos *ready mades*, que misturam arte e design. De acordo com Arantes e Antonio (2003, p.133, grifos nossos),

quando Duchamp inventa seus *ready mades* — como é o caso de *Fonte* — retirando do seu universo rotineiro objetos e produtos produzidos em série e nomeando-os de arte, as fronteiras entre arte e design começam a se misturar. Com este ato, Duchamp não só balança os alicerces do fazer artístico, colocando definitivamente em xeque o conceito de que a arte é representação de algo (mimese), mas também a figura do artista, que agora não mais “faz” a obra, *apenas retira um objeto de um universo e o coloca em outro*.

Também, sobre a produção de Duchamp, Santaella (1992, p.97, grifos nossos) comenta:

O primeiro a se dar conta das repercussões que os objetos como signos trariam para a arte foi Marcel Duchamp. Nas suas enigmáticas *contravenções*, Duchamp estava ironicamente evidenciando que assim como qualquer imagem tem seu caráter de signo, um objeto, qualquer objeto, também tem sua natureza signica que lhe é própria. Do mesmo modo que uma palavra muda de *sentido*, quando se desloca de um *contexto* para outro, também os objetos encontram nos *usos*, inevitavelmente *contextuais*, a *consumação de seus significados*.

Curiosamente, o mictório, retirado de seu contexto “natural” — e para Duchamp “criar é inserir um objeto num novo enredo” (BOURRIAUD, 2009, p.22) —, não deixa de ser um produto do universo do design, não lhes são subtraídas as possibilidades de uso prático, mas torna-se um híbrido de arte e design, valoriza-se a dimensão semântica. A poltrona Jacaré, dos irmãos Campana, e a jaqueta Urso, de Sebastian Errazuriz, atuam nesse mesmo sentido: recontextualização de bichos de pelúcia.

---

<sup>112</sup> De acordo com Krippendorff (1989, p.12), a semântica do produto envolve quatro contextos: contexto de uso, que se relaciona com as teorias psicológicas; contexto da linguagem, articulado às teorias sociolinguísticas; contexto de gênese, que diz respeito às questões técnico-econômicas; e contexto de ecologia, relacionado às teorias de interação entre as espécies de artefatos.

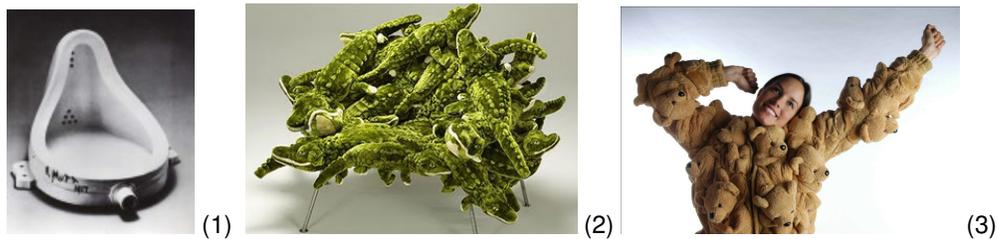


Figura 32 – Objetos (*ready mades*) portadores do hibridismo dos contextos.

(1) Fonte, de Marcel Duchamp, 1917. Disponível em: <[http://3.bp.blogspot.com/\\_cjU5jV0FKMA/TOiAyKsf7CI/AAAAAAAAAul/40TvZXyYais/s1600/duchamp-1.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_cjU5jV0FKMA/TOiAyKsf7CI/AAAAAAAAAul/40TvZXyYais/s1600/duchamp-1.jpg)>. Acesso em: 15 dez. 2011.

(2) Poltrona Jacaré (Aligátor chair). Fernando e Humberto Campana. 2004. Disponível em: <[http://2.bp.blogspot.com/\\_sNiaMMt40A/SIFweSURREI/AAAAAAAAA84/-Qr0fRoQRrM/s320/poltrona+aligaitor.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_sNiaMMt40A/SIFweSURREI/AAAAAAAAA84/-Qr0fRoQRrM/s320/poltrona+aligaitor.jpg)>. Acesso em: 15 dez. 2011.

(3) Jaqueta Urso, 2005. Sebastian Errazuriz. 2005. Disponível em: <[http://meetsebastian.com/mas56/files/gimngs/84\\_bear-fur-1-z.jpg](http://meetsebastian.com/mas56/files/gimngs/84_bear-fur-1-z.jpg)>. Acesso em: 15 dez. 2011.

O processo de trabalho dos irmãos Campana<sup>113</sup> permite uma reflexão, a partir do hibridismo semântico, sobre os hibridismos sintático e pragmático.

Segundo os próprios irmãos Campana, suas pesquisas são realizadas em andanças nas lojas e mercados do caótico centro de São Paulo, cidade global rica e industrial, mas, ao mesmo tempo, com grandes conflitos sociais e problemas inerentes à sua periferia. No processo de desenvolvimento de seus trabalhos, os Campana recolhem materiais e objetos incomuns que, somente após um período de “gestação”, são utilizados nos seus objetos e artefatos industriais. Isto é: as possíveis diferenças existentes entre os componentes utilizados em seus produtos são unidas por afinidades de equilíbrios estéticos e estésicos que, por fim, atenuam os contrastes aos lhes conferir unidade e equilíbrio formal (MORAES, 2008, p.184).

Nota-se, assim, que esse tipo de produto carrega consigo as marcas da ação dos designers e dos processos de hibridização. O hibridismo dos contextos relaciona-se com o conceito de pós-produção apresentado por Bourriaud (2009). A ideia de pós-produção abarca a noção do reaproveitamento da produção de terceiros para a criação do novo, ressignificando-os, e contribui “para abolir a distinção tradicional entre produção e consumo, criação e cópia, *ready-made* e obra original”, pois a pós-produção consiste “em selecionar objetos culturais e

<sup>113</sup> De acordo com Morisset e Borges (2009, p.22), “os irmãos trafegam na fronteira entre design e arte, entre centro e periferia, para devolver produtos com força e alma”.

inserir-los em contextos definidos” (BOURRIAUD, 2009, p8). Esse tipo de hibridismo tem muita relação com o reuso, o reaproveitamento de produtos que se convertem em matéria-prima de outros produtos híbridos.

O banco *Mezzadro*, desenhado pelos irmãos italianos Achille e Pier Giacomo Castiglioni, em 1957, é formado por partes recontextualizadas, é a peça cuja base de aço cromado se hibridiza com um banco laqueado de um trator. Também a cadeira *Rover*, de Ron Arad, é um exemplo desse tipo de hibridismo:

Quando começou a consolidar uma reputação, Ron Arad tornou o design o tema de seu trabalho, que, em si, se situava num ponto inespecífico entre arte e design. Mesmo quando veio à luz, em 1981, a Cadeira Rover de Arad nunca foi tão inocente quanto parecia. Com alguns pedaços de andaime industrial Kee Klamp, ele transformou um par de assentos resgatados de um automóvel britânico sóbrio, mas imponente, [o Rover V82L], em novas cadeiras vendáveis. Essas montagens aparentemente curiosas estavam entre os primeiros produtos da carreira de Arad como designer (SUDJIC, 2010, p.211 e 214).

Ainda, sobre o trabalho de Arad, Sudjic (2010, p.212) conclui:

Ron Arad começou como designer garimpando em ferro-velhos componente *ready-made* para a produção de mobiliário. Sua criatividade ilimitada o transformou tanto em artista quanto em designer, dando-lhe margem para voltar à Cadeira Rover, seu primeiro trabalho, e modificá-lo. A edição limitada, produzida em 2007, usa componentes industriais feitos especialmente para replicar o que ele só poderia ter reaproveitado no início da carreira.



(1)



(2)

Figura 33 – Assentos híbridos.

(1) Cadeira Rover, do israelense Ron Arad.

Disponível em: <[http://4.bp.blogspot.com/\\_1MgdU0klm30/SolKN9rJKzI/AAAAAAAAA5o/0da6b605T6A/s1600/Ron+Arad+cadeira+Rover+e+expo+no+MOMA+NY.jpg](http://4.bp.blogspot.com/_1MgdU0klm30/SolKN9rJKzI/AAAAAAAAA5o/0da6b605T6A/s1600/Ron+Arad+cadeira+Rover+e+expo+no+MOMA+NY.jpg)>. Acesso em: 05 fev. 2011.

(2) Banco Mezzadro, dos irmãos Achille e Pier Giacomo Castiglioni. Disponível em: <[http://revistacasaesjardim.globo.com/Revista/Casaesjardim/foto/0,,432847\\_22,00.jpg](http://revistacasaesjardim.globo.com/Revista/Casaesjardim/foto/0,,432847_22,00.jpg)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

Há, contudo, também, produtos que já são concebidos assim: semanticamente híbridos, aptos a transitar em contextos diferentes: o espremedor de limão de Philippe Starck e o estofado Moraine, de Zaha Hadid são dois exemplos. Também poderia ser citada a cadeira Vermelha e Azul de Rietveld, de 1918, uma das primeiras explorações do movimento De Stijl, tão emocionalmente intensa como as telas de seu contemporâneo Mondrian. Referindo-se à cadeira de Gerrit Thomas Rietveld, Pignatari (2004, p.138) escreve: “seu funcionalismo não é de natureza anatômica ou ergonômica: seu encosto e assentos são ideais, absolutos, hegelianos. — É um qualissigno que aspira a ser um legissigno, um ícone visando a um símbolo, um Rema tendendo a Argumento”.

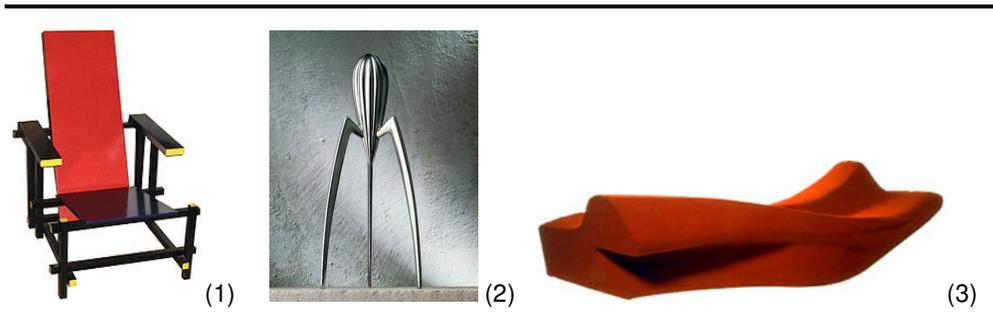


Figura 34 – Objetos portadores do hibridismo dos contextos

(1) Cadeira azul e vermelha de Rietveld, 1918. Disponível em: <[http://2.bp.blogspot.com/\\_0qnrGTbNdXM/TL0ETpNXz0I/AAAAAAAAACo/J4O3qqjw1MM/s1600/caadeira.JPG](http://2.bp.blogspot.com/_0qnrGTbNdXM/TL0ETpNXz0I/AAAAAAAAACo/J4O3qqjw1MM/s1600/caadeira.JPG)>.

Acesso em: 15 dez. 2011.

(2) Espremedor de limão. Philippe Starck, 1998. Disponível em: <[http://www.starck.com/new/industriel/submenu/1990juicy\\_salif.jpg](http://www.starck.com/new/industriel/submenu/1990juicy_salif.jpg)>. Acesso em: 1 jun. 2010.

(3) Estofado Moraine. Zaha Hadid. 2000. Disponível em:

<[http://learchitecture.files.wordpress.com/2011/02/moraine\\_le-architecture.jpg](http://learchitecture.files.wordpress.com/2011/02/moraine_le-architecture.jpg)>. Acesso em: 15 dez. 2011.

Esses são produtos que, frequentemente, negam a sua função prática e, em muitos casos, quando se pergunta “do que se trata?”, ou “o que significa?”, ou ainda, “qual sua função?”, não há respostas precisas. Outros exemplos também poderiam ser encontrados na produção de Andy Warhol. De acordo com Sudjic (2010, p.197), “ninguém seguiu um caminho mais complexo e matizado entre arte e design, e entre utilidade e inutilidade, do que Andy Warhol”. Ele “começou explorando os ícones da cultura pop e acabou se transformando num deles”, além ter conseguido “pegar o tema do design e transformá-lo em outra coisa — algo com *status* muito diferente” (SUDJIC, 2010, p.201).

Cabe ressaltar que o hibridismo dos contextos também está relacionado com as diferentes culturas e como elas desenvolvem padrões de comportamento que passam a ser codificados como normas ou regras e como elas expressam seus valores (HESKETT, 2008, p.39). Isso porque, de acordo com Heskett (2008, p.39), “o significado dos objetos e o valor preciso atribuído a eles, na maioria das vezes, variam consideravelmente de cultura para cultura”. Ainda, o próprio autor adverte: “no entanto, o valor pode não ser permanente, uma vez que o significado dos produtos às vezes varia muito de acordo com o *contexto*” (HESKETT, 2008, p.39, grifo nosso).

### 6.3.Hibridismo pragmático

Esse tipo de hibridismo 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<sup>114</sup>.

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.

#### 6.3.1.Hibridismo dos usos

O hibridismo pragmático pode manifestar-se através da mistura dos usos, configurando produtos multiusos. O uso envolve todas as ideias ligadas aos aspectos funcionais e ao modo como se pode usar um produto, quase sempre determinado por questões ligadas aos aspectos formais. O hibridismo dos usos também se relaciona intimamente com as possibilidades de reuso dos produtos.

Com o apelo para a sustentabilidade e para a responsabilidade ecológica dos designers, cada vez mais se projetam objetos passíveis de serem

---

<sup>114</sup> Embora as palavras “uso” ou “utilidade” sejam sinônimas de “função” ou “funcionalidade”, no âmbito desta tese distinguem-se, pois a função apresenta um caráter mais específico, enquanto o uso é mais abstrato.

reutilizados ou que possuem usos múltiplos. Uma vez que, para o design sustentável, os produtos devem ser pensados em seus ciclos de vida<sup>115</sup> completos, que envolve desde a obtenção da matéria-prima até o descarte do objeto, o hibridismo dos usos mostra-se como uma condicionante a mais nos projetos da contemporaneidade.

De acordo com Moraes (2008, p.131), o designer contemporâneo “deve se posicionar em situações diversas e colocar-se no lugar daqueles que terão contato com o produto durante todo o seu ciclo de vida, desde o ‘nascimento’ até a sua ‘morte’ e provável ‘reciclagem’”. Sobre a sustentabilidade, Krucken (2009, p.48) escreve:

A dimensão ambiental na cultura e na prática projetual foi, primeiramente, centrada na redução do impacto ambiental de materiais e processos. Evoluindo em direção ao ciclo de vida do produto, passou-se a considerar todas as etapas de produção, distribuição, consumo e descarte no projeto de produto, para reduzir o impacto ambiental ao longo dessas fases.

Krucken (2009, p.52, grifos nossos) ainda complementa:

O design aplicado ao ciclo de vida significa, portanto, [deve] considerar o conjunto de todas as etapas [...], de modo a reduzir o impacto ambiental. São estratégias para integrar os requisitos no desenvolvimento de produtos e projetos: a) minimizar o uso de recursos e de energia; b) selecionar materiais, processos e fontes energéticas de maior compatibilidade; c) *repensar o produto e suas funções, otimizando sua vida útil*; d) *estender a vida dos materiais, considerando a sua reutilização*.

Muito se tem feito no campo das embalagens que, após cumprirem sua (ampla) função primeira de continente, passam a servir como recipientes polivalentes. Este é um nítido caso da relação contemporânea entre design e meio ambiente. Sobre esse tema Cardoso (2005, p.217, grifos nossos) pondera:

Se é verdade que as ameaças ambientais mais graves advêm do consumo indiscriminado de matérias-primas e do acúmulo de materiais não degradáveis descartados como lixo, então o aperfeiçoamento de sistemas de reciclagem e de *reaproveitamento* deve se tornar uma prioridade para o design em nível industrial. *Existem diversos bons exemplos de reaproveitamento de produtos duráveis e de embalagens para cumprir funções posteriores ao seu uso inicial*, além das já tradicionais tecnologias de reciclagem de matérias-primas como plásticos, metais, vidro e papel.

Este é o caso das embalagens promocionais dos trinta anos do papel higiênico Neve. Cada rolo vinha embalado em uma lata que, nitidamente, não

---

<sup>115</sup> De acordo com Cardoso (2005, p.217-218, grifo nosso), “cabe ao designer pensar cada vez mais em termos de ciclo de vida do objeto projetado, gerando soluções que otimizem três fatores: 1) uso de materiais não poluentes e de baixo consumo de energia, 2) eficiência de operação e facilidade de manutenção do produto, 3) *potencial de reutilização* e reciclagem após o descarte”.

deveria ser descartada após o cumprimento de sua função prática “original”: ser invólucro de um rolo de papel higiênico — a lata deveria ser reutilizada. Também se apresentam como exemplos, as embalagens de vidro de azeitonas ou requeijão, as quais, após cumprir sua função primeira, podem ser utilizadas como copos. As embalagens de requeijão comercializadas pela Nestlé, entre 1999 e 2000, vinham com desenhos da Turma da Mônica e eram colecionáveis. Destaca-se que as formas e as funções práticas (servir de recipiente) são preservadas, bem como os valores semânticos permanecem, praticamente inalterados, mas as possibilidades de uso estão, programadamente, em aberto.



(1)



(2)

Figura 35 – Embalagens híbridas.

(1) Embalagem promocional dos 30 anos de Neve. Design: Metalgráfica Palmira. Disponível em: <[http://www.abre.org.br/premio\\_abre/vencedores\\_2005/vencedores/neve\\_30\\_anos.jpg](http://www.abre.org.br/premio_abre/vencedores_2005/vencedores/neve_30_anos.jpg)>. Acesso em: 02 jun. 2010.

(2) Copos de Requeijão Turma da Mônica. Nestlé. 1999-2000. Disponível em: <[http://user.img.todaoferta.uol.com.br/J/D/QJ/XTF3WQ/bigPhoto\\_0.jpg#1](http://user.img.todaoferta.uol.com.br/J/D/QJ/XTF3WQ/bigPhoto_0.jpg#1)>. Acesso em: 02 jun. 2010.

### 6.3.2. Hibridismo das funções da linguagem

De acordo com Jakobson (2008, p.122), “a linguagem deve ser estudada em toda a variedade de suas funções”. São seis as funções da linguagem propostas por Jakobson, e elas estão assim articuladas com os fatores da comunicação: remetente (função emotiva ou expressiva), mensagem (função poética), destinatário (função conativa), contexto (função referencial, denotativa ou cognitiva), contato (função fática) e código (função metalinguística). Ele ainda afirma que seria difícil encontrar uma mensagem que preenchesse uma única

função, pois “a diversidade reside, não no monopólio de alguma dessas funções, mas numa diferente ordem hierárquica de funções” (JAKOBSON, 2008, p.123).

Sob esse aspecto, a função recorrentemente predominante dos produtos do design é a função referencial, pragmática e utilitária, haja vista ser também de responsabilidade do campo do design a produção de objetos de uso. No entanto, há produtos que, embora permaneçam como produtos de uso prático — uso inclusive evidenciado por meio de suas formas dos produtos, fazendo deles portadores da função denotativa — não se destaca, neles, a função referencial como predominante, pois ela se hibridiza com outra(s) função(ões) da linguagem. Esse tipo de hibridismo se aproxima muito das questões semânticas, sobretudo do hibridismo dos contextos, mas, no tipo anterior, embora a função prática seja definida, ela é, ao mesmo tempo, quase negada, geralmente, pelo fato de se enfatizar os aspectos simbólicos e estéticos durante o processo de configuração ou de recontextualização.

De acordo com Almeida Junior e Nojima (2010, p.15), “o sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas ideias em produtos que, pelas possibilidades de uso, geram significação”. No entanto, cabe mais uma vez lembrar que os “usos” (ou funções) não são somente práticos, eles também podem ser estéticos ou simbólicos. Portanto, é também a partir dessas interconexões que o design evidencia toda a sua complexidade e que seus produtos apresentam-se como híbridos.

Os produtos portadores do hibridismo das funções da linguagem não aspiram a ser outra coisa senão produtos do design, mas eles quebram a convenção “de que um objeto de uso — seja um móvel, um interruptor elétrico, uma máquina de costura, um automóvel ou um telefone —, para ter uma qualidade estética, deve ser funcional” (ARGAN, 2004, p.125). Portanto, são produtos que vão contra a primazia da qualidade funcional, embora essa qualidade esteja presente. Para tais objetos, os ornamentos não constituem um crime, seu significado não advém, necessariamente, de uma forma que segue uma função. São objetos configurados a partir da estética simbólico-funcional e, em muitos casos, são orientados pelas artes de uma época. Muitos desses produtos estão tão dotados de adornos, que causa espanto ainda descobrir uma função prática neles (LÖBACH, 2007, p.91).

Na esteira desses objetos estão aqueles concebidos como brinquedos e também os objetos cuja função prática não se revela por completo pela forma. São objetos lúdicos, contestadores, irônicos, amigos ou *soft* (MORAES, 2008, p.55). São produtos como aqueles concebidos no final dos anos 1970 e no início

dos anos 1980 pelos designers dos movimentos como *Archizoom*, *Alchimia*, *Memphis*, *Radical Design*, *Transvanguardia*. Os designers desses movimentos operavam, sobretudo, com uma forte ênfase na dimensão semântica dos produtos, mais sem jamais perder de vista o aspecto funcional, pois, por exemplo, “para Sottsass, havia mais de um tipo de utilidade: a emocional e a funcional” (SUDJIC, 2010, p.177).

Os produtos portadores desse tipo de hibridismo unem eficiência e expressão, numa impressionante variedade de combinações. De acordo com Heskett (2008, p.38), “uma luminária pode ser classificada como objeto utilitário, uma vez que gera iluminação, mas ao mesmo tempo pode ser uma expressiva escultura muito pessoal e idiossincrática”. Esse é o caso da luminária Tahiti, de Ettore Sottsass, projetada em 1981.

Assim, como o *Lobster Telephone*, desenvolvido em 1936 pelo surrealista Salvador Dalí, hoje se encontra no mercado, uma série de telefones cuja forma varia tanto, que os significados são múltiplos. Embora sejam telefones “usáveis”, ou seja, que cumprem sua função prática, a função poética também se sobressai. Esse também é o caso das propagandas minicaixas de som portáteis, tocadoras de MP3, com formas diversas, como, por exemplo, a *Dock Station Ki Ki Cat*, comercializada pela loja *Imaginarium*.



Figura 36 – Produtos com hibridismo das funções de linguagem.

(1) Luminária Tahiti. Ettore Sottsass. 1981. Disponível em: <[http://www.kissthe.design.ch/images/sottsass\\_tahiti/sottsass\\_tahiti\\_tahity.jpg](http://www.kissthe.design.ch/images/sottsass_tahiti/sottsass_tahiti_tahity.jpg)>. Acesso em: 01 jan. 2012.

(2) Lobster Telephone, Salvador Dalí, 1936. Disponível em: <[http://www.tate.org.uk/collection/T/T03/T03257\\_8.jpg](http://www.tate.org.uk/collection/T/T03/T03257_8.jpg)>. Acesso em: 01 jan. 2012.

(3) Dock Station Ki Ki Cat. Imaginarium. Disponível em: <<http://loja.imaginarium.com.br/natal2011/images/dock-station/presente-de-natal-dock-station-ki-ki-cat-plug.jpg>>. Acesso em: 01 jan. 2012.

Esses produtos são híbridos porque eles incorrem em “erro estético”, se considerado “erro estético modernista” nas seguintes palavras de Argan (2004, p.126-127):

Consideremos agora um objeto moderno produzido pela indústria. Este não é ornamentado; sua dimensão e sua forma são rigorosamente estudadas em relação com sua função mecânica; uma forma “bela” não é sobreposta à forma “útil”. Mas não é verdade de modo algum que a forma adira perfeitamente à função específica. A função específica de um telefone ou de um aparelho de rádio é transmitir nitidamente o som, e pode-se dar ao telefone a forma de um grupo de tritões e nereidas, ou ao rádio a forma de um estojo do século XVI, sem diminuir totalmente a funcionalidade; sabemos porém, que isso seria um erro estético. Não se cometerá esse erro porque o que realmente se quer não é que a forma realize a função mecânica, mas que a represente.

Os exemplos desse tipo de hibridismo podem ser encontrados, ainda, naqueles produtos denominados “*fun design*”<sup>116</sup>. Esses objetos se referem algo a mais do que a simples utilidade. Afinal, “quer se reconheça ou não, o design sempre tratou de algo mais que da utilidade imediata” (SUDJIC, 2010, p.177). Também os produtos híbridos, sob o ponto de vista do hibridismo das funções da linguagem, carregam consigo o poder do disfarce, ao qual Forty (2007, p.22) se refere:

Certo ou errado, o fato é que, nos artefatos das sociedades industriais, o design foi empregado habitualmente para disfarçar ou mudar sua verdadeira natureza e enganar nosso senso cronológico. Cabe ao historiador arrancar os disfarces, compará-los e explicar a escolha de uma aparência em detrimento da outra, mas não descartar o processo. [...] A fim de compreender o design, devemos reconhecer que seus poderes de disfarçar, esconder e transformar foram [e continuam sendo, pode-se acrescentar] essenciais para o progresso das sociedades industriais modernas [e contemporâneas].

Para ilustrar com exemplos concretos como o design disfarça, Forty (2007, p.20-21) apresenta quatro exemplos de configuração de rádios.

---

<sup>116</sup> Papanek (1995, p.177) aponta que “seria fascinante especular sobre os motivos que levam o público a reclassificar alguns objetos como ‘design-para-divertimento’ (...). Essas classificações parecem mudar no tempo e no lugar”. Nos dias de hoje, pesquisas com esses produtos já começam a ser realizadas com mais frequência, sobretudo quando vinculadas ao tema do design e emoção.

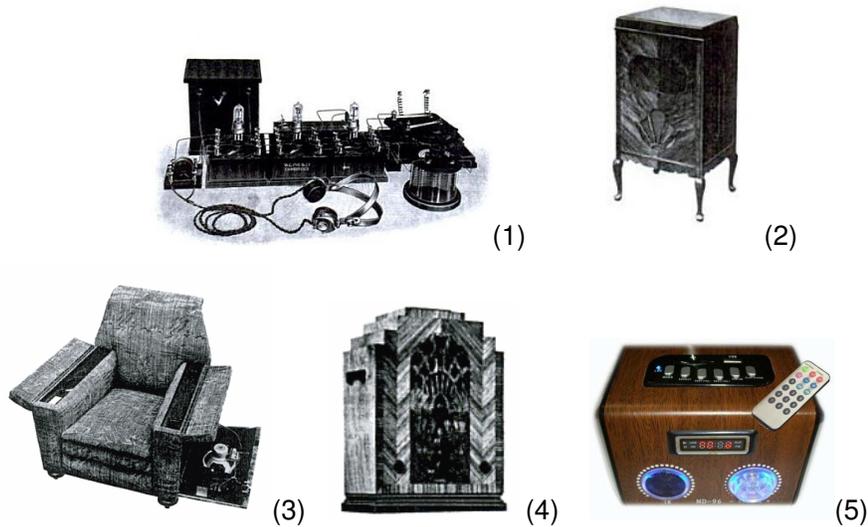


Figura 37 – Aparelhos de rádio e seus disfarces.

(1) Receptor “Unit System” da Pye, 1922. Fonte: Forty (2007, p.20).

(2) Rádio “Beaufort”, 1932. Fonte: Forty (2007, p.20).

(3) Rádio “poltrona”, 1933. Fonte: Forty (2007, p.21).

(4) Design de aparelho de rádio, 1932. Fonte: Forty (2007, p.22).

(5) Minicaixa de som “retrô” portátil MD-96. Disponível em:

<[http://user.img.todaoferta.uol.com.br/F/J/GQ/O5C8NI/hugePhoto\\_0.jpg#1](http://user.img.todaoferta.uol.com.br/F/J/GQ/O5C8NI/hugePhoto_0.jpg#1)>. Acesso em 01 dez. 2011.

O primeiro deles é um receptor *Unit System*, da Pye, de 1922, o qual não tinha receio de exibir-se como aparato técnico. Já o segundo e o terceiro exemplos, em contraste com o primeiro, são disfarces diretos, pois os rádios estão incorporados em outros móveis<sup>117</sup>: o rádio “poltrona”, de 1933, e o rádio Beaufort, de 1932, que é um rádio em formato de uma mobília tradicional<sup>118</sup>. Por fim, o quarto exemplo apresenta uma alternativa que acabou por ser a mais popular para o design do aparelho de rádio, por usar formas modernas, “sugerindo um produto que pertenceria ao futuro” (FORTY, 2007, p.22).

<sup>117</sup> De acordo com Cardoso (2005, p.157), “a Siemens, grande empresa multinacional de equipamentos eletrônicos, apostava na estética do ‘móvel moderno’ para integrar seus produtos no lar brasileiro na década de 1950”. Um exemplo são as orquestras: toca-discos embutidos em móveis de madeira, com gavetas.

<sup>118</sup> Conforme se verá adiante, tanto o rádio “poltrona” quanto o rádio “Beaufort” se enquadrariam melhor, no âmbito desta tese, como portadores de hibridismo das funções, pois são, de fato, produtos multifuncionais. Mas é inegável que se manifestam neles, também, o hibridismo das funções da linguagem.

Iniciados no princípio do século passado, os disfarces no âmbito dos aparelhos de rádio permanecem até hoje. São inúmeras as formas desses objetos que encontramos disponíveis no mercado: desde rádios com caras de animais e personagens de desenho animado, até as atuais minicaixas de som “retrô”<sup>119</sup> portáteis, tocadoras de MP3.

### 6.3.3. Hibridismo das funções práticas

Na contemporaneidade, cada vez mais os objetos carregam consigo a característica da multifuncionalidade, ou seja, cada vez mais se produzem objetos multifuncionais, nos quais se encontram hibridizadas as funções práticas.

Talvez o exemplo-mor de hibridismo das funções práticas seja o canivete multifuncional, popularmente conhecido como “canivete suíço”. São também exemplos de objetos multifuncionais os periféricos do computador que são, ao mesmo tempo, impressoras, *scanners*, aparelhos de fax e máquinas fotocopadoras. Recentemente, tem-se, como exemplo máximo de convergências de funções em um único aparelho, o *iPhone*. Como se vê, nesses aparelhos híbridos, de difícil nomeação, as funções encontram-se misturadas e imbricadas.

De acordo com Sudjic (2010, p.31),

As antigas definições de design e as habilidades que sua realização exigia estão sendo marginalizadas pela natureza fugaz dos objetos. A mudança mais perceptível é o modo como tantos artefatos estão convergindo. Antes, havia uma categoria independente de objeto conhecida como telefone, que existia ao lado de outra, inteiramente independente, chamada câmera. E impressora não era o mesmo que copiadora nem aparelho de fax. Agora um único objeto agrupa telefone e câmera, com tocador de MP3, rádio e comunicador de e-mail, assim como acontece com a impressora, a copiadora e o aparelho de fax.

---

<sup>119</sup> A descrição da “Caixa de som fita K7”, uma minicaixa de som portátil comercializada pela *Imaginarium*, no *site* da loja valoriza a dimensão semântica do produto: “Pra lembrar os velhos e bons tempos, onde a música era o *rock’n’roll* na sua mais original forma e os ídolos fizeram do estilo da época um clássico: o estilo retrô. Cada vez mais em alta, parece que a nostalgia veio pra ficar. Ótima peça para decorar os ambientes com muita irreverência!” (Disponível em: <<http://loja.imaginarium.com.br/loja/produto-pi829y-0-0-0-caixa-de-som-fita-k7.aspx>>. Acesso em: 05 jan. 2012).



Figura 38 – Produtos multifuncionais.

(1) Canivete SwissChamp 33. Victorinox. Disponível em:

<<http://www.victorinox.com.br/images/Produtos/Grandes/1.6795.jpg>>. Acesso em: 1 jun. 2010.

(2) iPhone. Apple, 2009. Disponível em:

<<http://images.apple.com/br/iphone/images/iphone-multitasking-20100607.jpg>>. Acesso em: 1 jun. 2010.

(3) Impressora multifuncional HP. Disponível em:

<[http://h10010.www1.hp.com/wwpc/images/emea/Q8380A\\_400x400.jpg](http://h10010.www1.hp.com/wwpc/images/emea/Q8380A_400x400.jpg)>. Acesso em: 1 jun. 2010.

A concepção de produtos multifuncionais, pode, por exemplo, “vir da soma de uma ou de várias funções, a um produto existente (máquina de lavar roupa que pode secá-la, sabão com amaciante já incorporado, relógio-cronômetros, rádio-despertador com gravador, agenda eletrônica etc.)” (SCHULMANN, 1994, p.61). Sobre o método de criação desses produtos, Schulmann (1994, p.61) escreve:

O que resulta em tais proposições consiste em transferir produtos ou elementos de produto (desvio) de um domínio a outro, em tirar partido das evoluções tecnológicas para dar a alguns produtos uma maior polivalência, em combinar produtos diferentes. É frequente que inovações gerem novos produtos.

Mas os objetos que apresentam hibridismo pragmático não escapam das críticas. Moraes (2008, p.111), por exemplo, questiona a existência dos relógios-calculadoras-agendas-calendários:

Vimos, então, chegar até nós produtos que mais demonstravam a capacitação tecnológica de nossa indústria do que solucionar e atender às demandas e aos desejos do homem. Em nome desse avanço e das novas possibilidades tecnológicas, presenciamos, nas décadas finais do século passado, o uso indevido de conceitos inteligentes que poderiam melhor beneficiar a humanidade.

Se necessitamos de um relógio para nos fornecer a hora, por que precisaríamos transportar simultaneamente uma calculadora, uma agenda, um calendário? Nesse caso, a escala de uso e o manuseio são inadequados e a interação entre produto e usuário é praticamente

inexistente; são produtos que acabam se tornando sem “identidade” e sem “personalidade própria”, são contrários aos princípios ergonômicos devido ao uso incômodo e inadequado que propiciam e, ainda, por não transmitir um significado ou uma mensagem clara e definida, vão também contra os princípios semânticos e semiológicos.

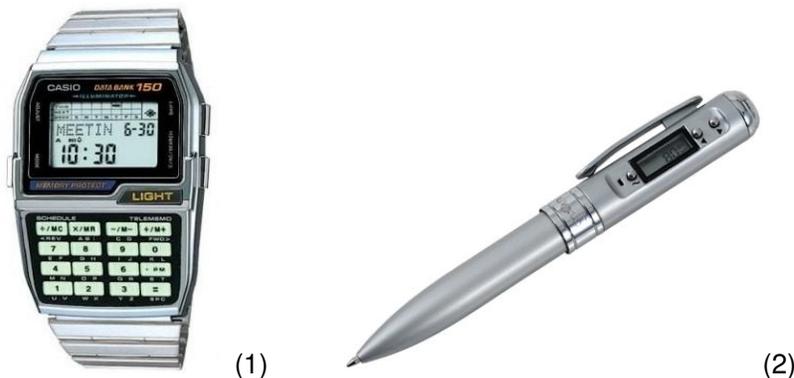


Figura 39 – Relógio e caneta multifuncionais.

(1) Relógio [multifuncional] Casio data Bank 150.

Disponível em: <[http://img1.mlstatic.com/s\\_MLB\\_v\\_O\\_f\\_187976748\\_1579.jpg](http://img1.mlstatic.com/s_MLB_v_O_f_187976748_1579.jpg)>. Acesso em: 19 jan. 2012.

(2) Caneta-relógio-metrônomo-afinador-despertador Cherub WMT-571.

Disponível em: <[http://www.musicways.co.nz/images/d\\_2831.jpg](http://www.musicways.co.nz/images/d_2831.jpg)>. Acesso em: 19 jan. 2012.

Também Moraes (2008, p.112) aponta que

é curioso existirem, ainda, produtos que não são capazes de nos convencer da finalidade de sua fabricação. Encontram-se à disposição dos consumidores no mercado atual, objetos como a caneta-relógio, que requer ter renovada não apenas sua carga de tinta, como também a bateria de alimentação e de funcionamento do relógio.

Outro exemplo de hibridismo pragmático, não muito bem-sucedido no mercado, foi a combinação de aparelhos televisores com aparelhos de videocassete ou, mais recentemente, de DVD (*digital versatile disc*). Tal combinação híbrida, além de não ter-se tornado uma “sensação” nas prateleiras, rapidamente ficaram obsoletos em função, sobretudo, do grande avanço das tecnologias das mídias e das telecomunicações (a partir da difusão do sinal digital, em franco processo de implementação no Brasil).

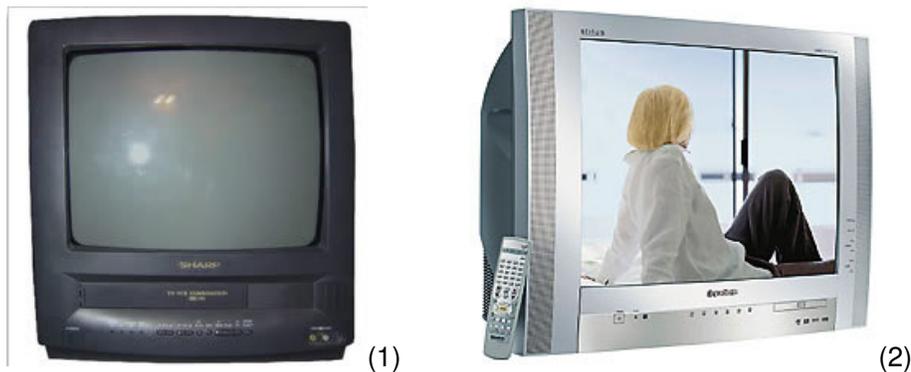


Figura 40 – Aparelhos televisores híbridos.

(1) Televisor com aparelho de videocassete embutido Sharp.

Disponível em: < [http://4.bp.blogspot.com/-J7Gb-zeqLgs/Ta90Zd8wnal/AAAAAAAAAHE/\\_g-JyzNQpBM/s1600/TV--Videocassete.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-J7Gb-zeqLgs/Ta90Zd8wnal/AAAAAAAAAHE/_g-JyzNQpBM/s1600/TV--Videocassete.jpg) >. Acesso em: 10 jan. 2012.

(2) Televisor com aparelho de DVD embutido Gradiente.

Disponível em: < [http://veja.abril.com.br/especiais/tecnologia\\_2003/imagens/tvtelaplana\\_16.jpg](http://veja.abril.com.br/especiais/tecnologia_2003/imagens/tvtelaplana_16.jpg) >. Acesso em: 10 jan. 2012.

#### 6.3.4. Hibridismo total

Para além das inúmeras possibilidades de manifestações de hibridismos que articulam, aos pares, as misturas que se dão no âmbito da forma, do significado e da função, apresentam-se os produtos configurados a partir de um hibridismo total<sup>120</sup>. Os produtos portadores desse tipo de hibridismo são multiformes, carregam consigo traços da multifuncionalidade e do hibridismo semântico. São produtos que podem variar de função, mediante a alteração da forma pelo usuário, alterando-se, por consequência, os valores semânticos.

São fartos os exemplos de produtos que se relacionam com o mundo da moda. Vale mencionar as criações conjuntas de Run Arad, Issey Miyake e Dai Fujiwara: capas e estofamentos para as cadeiras Ripples (criada por Arad, em 2005) que se transformam em blusas e coletes<sup>121</sup>; servem tanto para vestir as cadeiras como seus proprietários.

<sup>120</sup> De acordo com Winnie (2008), um produto portador do hibridismo total diz respeito à sua característica de servir a dois propósitos diferentes, com a mesma desenvoltura.

<sup>121</sup> Essas peças foram concebidas a partir do sistema A-POC, que é, de acordo com Bastian (2008, p.1885), “acrônimo de *a piece of cloth*, criado por Issey Miyake e Dai



Figura 41 – Sistema A-POC e a capa da cadeira Ripples se transformam em calça e blusa.

Disponível em: <[http://2.bp.blogspot.com/\\_QMEFIEGEUws/S-18Z5YhrI/AAAAAAAAABU/mTWphH7eDXY/s400/cadeira+ripples1.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_QMEFIEGEUws/S-18Z5YhrI/AAAAAAAAABU/mTWphH7eDXY/s400/cadeira+ripples1.jpg)>. Acesso em: 03 nov. 2011.

Outro exemplo são as roupas conversíveis de Moreno Ferrari: uma capa de chuva que, ao ser inflada, se transforma em uma poltrona. De acordo com Bastian (2008b, p.1886), “um simples gesto modifica a natureza do produto, e a roupa se converte em móvel. A peça integrava a série *I Trasformabili (Os transformáveis)*, cujo nome já anunciava a essência mutante dos produtos”.



Figura 42 – Capa de chuva híbrida. Moreno Ferrari. CP Company. 2001.  
Fonte: Bastian (2008b, p.1886).

Fujiwara em 1998. Trata-se de um longo tubo de altíssima elasticidade, que contém peças de diversos tipos (vestidos, camisetas, calças, *underwear*). ‘Tudo o que você precisa fazer é pegar uma tesoura e cortar seguindo os pontos predispostos — e eis que surge a roupa, pronta para usar’, explica Miyake em matéria publicada na revista *Domus* (SATO, Kazuko. Abiti viventi. *Domus*, Milão, n.828, jul./ago. 2000)”.

## 7. Manifestações híbridas no design contemporâneo: três leituras



*Através da leitura semiótica, o cientista da comunicação pode passar do âmbito fenomenológico dos processos representativos para uma esfera propriamente interpretativa, onde a experiência interativa supera sua opacidade para revelar sua semiose e seus interpretantes*

(FERRARA, 2008, p.188).

## 7. Manifestações híbridas no design contemporâneo: três leituras

No capítulo anterior, está exposta a tipologia das manifestações híbridas no design. Toda a explanação sobre os hibridismos apresentados está acompanhada do referencial teórico-conceitual que os fundamenta e, também, de produtos do design que ilustram e exemplificam, por meio de casos concretos, cada um dos tipos descritos. No presente capítulo, o hibridismo é tomado como categoria de análise e evidenciam-se, por meio de três leituras e análises semióticas de produtos do design contemporâneo, os três tipos principais de hibridismos, quais sejam: (1) o hibridismo sintático manifesto em uma representação hipermediática do Rio de Janeiro, concebida pelo designer André Vallias para o Projeto MyCity; (2) o hibridismo semântico presente no espremedor de limão de Philippe Starck, um produto ímpar produzido pela Alessi; e (3) o hibridismo pragmático manifesto no iPhone e no iPad, produtos multifuncionais desenhados sob a direção de Jonathan Ive e produzidos pela Apple.

Tais produtos analisados apresentam-se como exemplos das manifestações híbridas no design contemporâneo e as suas leituras objetivam revelar a aplicação da tipologia das linguagens híbridas do design na análise de produtos da contemporaneidade. Ao longo da pesquisa, enquanto a tipologia estava sendo desvendada/esquadrinhada, essas leituras e análises também contribuíram para a evidência e consolidação dos próprios tipos.

Os produtos foram semioticamente analisados a partir da tríade forma, significado e função, das dimensões sintática, semântica e pragmática e de suas funções estética, simbólica e prática, sempre considerando as interdependências que se evidenciam. Afinal, de acordo com Vargas (2004, p.2),

as características de um produto cultural híbrido são difíceis de abarcar, a não ser levando em conta sua instável complexidade. Sendo constantemente resultado de fusões, um objeto em estado híbrido requer entendimento mais atento às variações do que às permanências. Sua análise pressupõe a construção de um cenário móvel de dados e suas conjunções ocorridas no tempo e no espaço, mais próximo de diagrama ou mosaico, do que de sequências lineares de determinações.

Sobre o método da análise, pode-se dizer que é compatível com aquele empregado por Puppi (1987). Admitindo-se que todo pensamento se dá por meio de signos,

toda análise de um objeto qualquer, desde que performatizada por meio de signos, deve reduzir-se a um amplo problema semiótico. Sendo assim, a análise dos objetos de desenho industrial que pretendo empreender não deve furtar-se a este desígnio semiótico (PUPPI, 1987, p.183).

Tratou-se, portanto, primordialmente, de leitura e análise semiótica, cujo percurso está apresentado a seguir, auxiliada pela análise do conteúdo e do discurso.

### **7.1.Percurso para a leitura e análise da linguagem híbrida do design<sup>122</sup>**

A semiótica filosófica de Peirce, ou lógica, embora se caracterize pelo elevado grau de abstração, pode ser também compreendida como uma metodologia. Santaella (2005c, p.xiii) afirma que “além de ser uma teoria do conhecimento, a semiótica também fornece as categorias para a análise da cognição já realizada. Com isso, ela também é uma metodologia”. Santaella (2005, p.5) prossegue afirmando:

De fato, a gramática especulativa nos fornece as definições e classificações para a análise de todos os tipos de linguagens, signos, sinais, códigos etc., de qualquer espécie e de tudo que está neles implicado: a representação e os três aspectos que ela engloba, a significação, a objetivação e a interpretação. Isso assim se dá porque, na definição de Peirce, o signo tem uma natureza triádica, quer dizer, ele pode ser analisado:

- em si mesmo, nas suas propriedades internas, ou seja, no seu poder para significar;
- na sua referência àquilo que ele indica, se refere ou representa; e
- nos tipos de efeitos que está apto a produzir nos seus receptores, isto é, nos tipos de interpretação que ele tem o potencial de despertar nos seus usuários.

Tomando por base o percurso para a aplicação da semiótica proposta por Santaella (2005), pode-se dizer que a leitura e a análise das manifestações híbridas do design devem seguir a lógica dos signos e se debruçar sobre as

---

<sup>122</sup> Uma apresentação mais aprofundada sobre a leitura e análise semióticas aplicadas ao design já foi apresentada pelo autor desta tese em sua dissertação de mestrado. Cf. Braidá (2007, p.85-93). Também foi publicada em Braidá e Nojima (2008a). No entanto, optou-se por apresentar o roteiro completo para leitura e análise semiótica no *Anexo 1* desta tese.

formas, os significados e as funções, sempre nesta ordem. Deve-se buscar os hibridismos, primeiramente, no âmbito da dimensão sintática do produto, em seguida, identificar as misturas na dimensão semântica e, por fim, analisar os hibridismos da dimensão pragmática<sup>123</sup>. Esse procedimento criterioso permite ao analista verificar em qual(is) dimensão(ões) se concentram e/ou predominam as misturas. Segundo Ferreira (1997 apud SANTAELLA, 2005c, p.41),

a característica fundamental do percurso de uma análise semiótica é que seus passos buscam seguir a própria lógica interna das relações do signo. Essa lógica, aliás, já está explicitada nas numerações de 1, 2 e 3 que seguem a lógica das categorias. Assim, o fundamento do signo, em nível 1, deve ser analisado antes da relação do signo com o objeto, nível 2. O objeto imediato, nível 2.1, deve anteceder o exame do objeto dinâmico, nível 2.2, e assim por diante. É claro que, na percepção, todos esses níveis sempre se misturam, mas o percurso analítico, que é um percurso autocontrolado, e tanto quanto possível autocriticado, deliberadamente estabelece passos para a análise.

O gráfico a seguir, apresentado por Niemeyer (2003, p.33), auxilia na compreensão do processo acima descrito, porque evidencia a lógica das relações do signo:

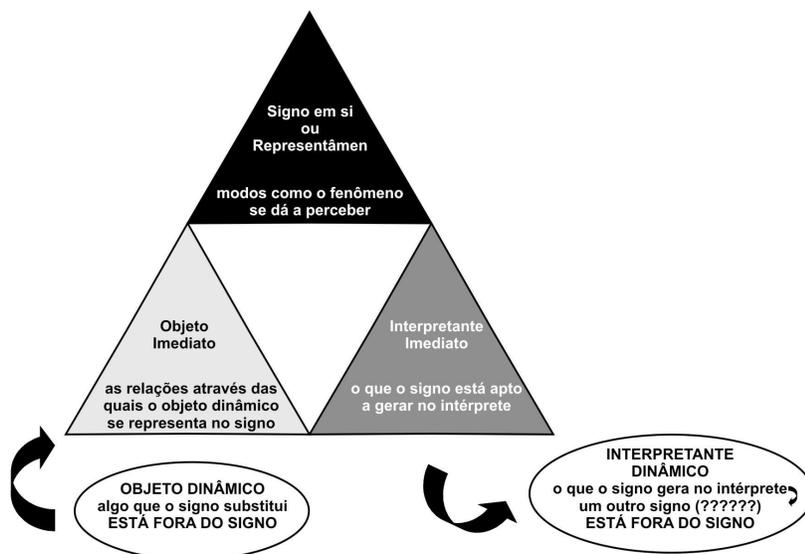


Figura 43 – A lógica interna das relações do signo.  
Fonte: Niemeyer (2003, p.33).

<sup>123</sup> A análise do signo é a determinação das dimensões sintática, semântica e pragmática de processo específicos da semiose; é a determinação das regras de uso de certos veículos do signo. De acordo com Morris (1976, p.75), a análise do signo "pode ser levada avante de acordo com todos os princípios reconhecidos do processo científico".

De acordo com Ferrara (1988, p.76), a leitura semiótica “encontra seu reforço, equilíbrio e aferição de suas convicções no tratamento interpretativo que não pode dispensar a cooperação de outras especialidades científicas”. Portanto, como técnica auxiliar da análise semiótica, toma-se a análise do discurso e do conteúdo, por meio da qual também podem ser investigadas a linguagem dos produtos e as relações dos homens com suas realidades (ROCHA e DEUSDARÁ, 2005). Essa análise contribui para a apreensão do design enquanto fenômeno de linguagem e, portanto, para a abordagem das relações entre design e pensamento, formas simbólicas, ideologias e visões de mundo.

Segundo Farbiarz, A.; Farbiarz, J. e Nojima (2006, p.78), “na análise de discursos, o homem não pode ser entendido separadamente de seus produtos culturais, nem de sua natureza social e histórica”. As imbricações entre sujeito, linguagem e história, às quais Farbiarz, A.; Farbiarz, J. e Nojima (2006) se referem, são evidenciadas quando Orlandi (2007, p.20) afirma que “as palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós”.

Também Pinto (1999, p.24) menciona que fazem parte do contexto social e histórico os elementos textuais e semióticos dos discursos. Ainda, de acordo com Pinto (1999, p.7), a análise de discursos objetiva “descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos veiculados”, dos produtos culturais empíricos criados por eventos comunicacionais, dentre os quais se encaixam os produtos do design.

De acordo com Gamba Júnior et al. (2009, p.9), a análise do discurso apresenta-se pertinente para o campo do design, “demonstrando a sua dimensão ontologicamente híbrida”. Tais autores ainda lembram que a análise de discursos,

além de ser um instrumento técnico de análise do campo de uma pesquisa, é também, muitas vezes, a estrutura de uma etapa anterior de pesquisa: o levantamento bibliográfico e a definição do referencial teórico. Pressupondo as noções e os conceitos difundidos pela teoria como discursos, a análise de suas relações, oposições ou sobreposições, são muitas vezes exercícios de Análise do Discurso de autores teóricos, que, em vez de meras citações enrijecidas, têm seus textos avaliados como discursos espaço-temporais, com dinâmicas psicossociais e sem uma neutralidade absoluta (GAMBA JÚNIOR et al., 2009, p.6).

Por seu turno, também a análise de conteúdo objetiva “compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas” (CHIZZOTTI, 2001, p.68). A análise de

conteúdo revela informações sobre o comportamento humano atestado por uma fonte documental, por suas produções e suas mensagens (BARDIN, 1977, p.38).

Portanto, a análise do discurso e do conteúdo aplicada no âmbito desta tese recaiu sobre os produtos de design, seus discursos estéticos, e sobre os discursos veiculados sobre eles, sejam dos próprios designers ou de terceiros, analistas ou estudiosos. Esta análise funcionou como técnica coadjuvante da análise semiótica, a qual, sistematicamente, buscou explorar a lógica subjacente aos processos de hibridização manifestos nas formas, nos significados e nas funções dos produtos do design, enfim, em suas dimensões semióticas.

### **7.2.A cidade digital<sup>124</sup>, o design de hipermídia e o hibridismo sintático**

A conceituação para o termo “cidade digital” é plural e há, inclusive, diversos sinônimos. Segundo Silva (2004, p.7), a cidade digital é também conhecida por cibercidade, cidade virtual, município digital ou virtual, cidade eletrônica, cidade inteligente e outros nomes, os quais representam “uma projeção de simulacros<sup>125</sup> de diferentes cidades”. As cidades digitais, independentemente das funções e das conceituações que lhes atribuem, devem ser entendidas como produtos acessados via internet, capazes de proporcionar uma ampliação da atuação humana sobre o espaço em que habita e suas respectivas representações. São narrativas e representações das cidades no meio digital. Sua linguagem é a hipermídia e, portanto, apresenta-se como uma manifestação do hibridismo sintático, da mistura de canais.

Atualmente, na era das tecnologias do virtual, as cidades já podem ser pensadas e se fazer existir sob mais um ponto de vista: o digital. De acordo com Barros (2005, p.82), “trata-se de um novo modo de existência da cidade, agora através da imagem [digital]”. Logo, a produção de cidades digitais advém dos princípios e contribuições das diversas áreas como, por exemplo, comunicação, ciências da informação, telecomunicações, arte, design, arquitetura e

---

<sup>124</sup> A cidade digital foi tema da pesquisa de mestrado do autor desta tese, portanto, toda a conceituação de cidade digital já está colocada em Braidão (2007). No entanto, não fazia parte daquela pesquisa a leitura e análise empreendida nesta seção.

<sup>125</sup> Para Baudrillard (1991), o simulacro supera a imitação e pressupõe o rompimento da diferença entre o falso e o verdadeiro.

planejamento urbano. De acordo com Mamede (2001, p.7), “a construção de uma cidade digital [...] depende de uma estratégia de comunicação, baseada no planejamento rigoroso dos recursos a serem disponibilizados e na organização do espaço a ser acessado”.

Com base nessas observações, admite-se que os designers de interface, os webdesigners, apoiados em metodologias próprias dos campos das artes e do design, também direcionados por teorias advindas dos campos da comunicação e da semiótica, apresentam-se como profissionais de suma importância dentro de uma equipe de desenvolvimento de projetos de cidades digitais. Afinal, Ferrara (2004, p.57) conclui que

interfaces de procedimentos e de linguagens, associações contínuas, interatividade entre produção e consumo constituem a tarefa rotineira do designer e concretizam uma atividade de recombinações que a semiótica já propõe como atividade sistêmica e que a moderna hipermídia só faz reconhecer ou reapresentar.

As cidades digitais são ambientes simbólicos contemporâneos. De acordo com Castells (2006, p.459), “em todas as sociedades, a humanidade tem existido em um ambiente simbólico e atuado por meio dele”. Na era da cultura digital, vislumbra-se o ciberespaço como mais um ambiente simbólico de atuação dos seres humanos. Segundo Bourdieu (1987), “pensar a cidade como construção simbólica de determinados grupos possibilita ver que ela [...] é o lugar onde grupos efetuam também — e especialmente — suas trocas simbólicas”. Então, nota-se que a cidade digital é mais um signo da cidade real, logo uma representação simbólica.

A cidade digital é, portanto, dialógica: existe em função da “cidade real” e, também, a constrói; afinal, de acordo com Castells (2006, p.459), “não há separação entre ‘realidade’ e representação simbólica”. Também, de acordo com Ferrara (2002, p.48), “o infinito mosaico de imagens imaginárias da cidade virtual não se destina a outra realidade senão à percepção da cidade cotidiana que permanece como organismo desafiador das nossas faculdades criativas, da produção à recepção”. Ainda, conforme Ferrara (2007, p.7),

toda representação é uma imagem, um simulacro do mundo a partir de um sistema de signos, ou seja, em última ou em primeira instância, toda representação é gesto que codifica [parcialmente] o universo, do que se infere que o objeto mais presente e, ao mesmo tempo, mais exigente de todo processo de comunicação é o próprio universo, o próprio real.

Foi a partir do pressuposto das interconexões entre o real e o virtual que as 43 cidades digitais, reunidas em um projeto intitulado *MyCity*, foram concebidas por 46 designers do mundo inteiro. Um dos produtos desse projeto

foi a realização da primeira exposição mundial de *citywebdesign*, exibida no período de 21 de dezembro de 1999 a 3 de março de 2000, no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), no Rio de Janeiro. Segundo o site [www.mycity.com.br](http://www.mycity.com.br), através do qual os trabalhos ainda podem ser visitados pela internet, cada um dos artistas,

selecionados via internet após seis meses de pesquisa, produziu, especialmente para o projeto, um website sobre a cidade onde vive ou nasceu; todos partindo de um conceito comum e tendo total liberdade para criar suas páginas e mostrar suas visões sobre o tema.

Guerreiro (2006, p.335-336) informa que “o site foi concebido a partir da pergunta: ‘O que é cidade?’, originando um formato que lembra uma colmeia”.

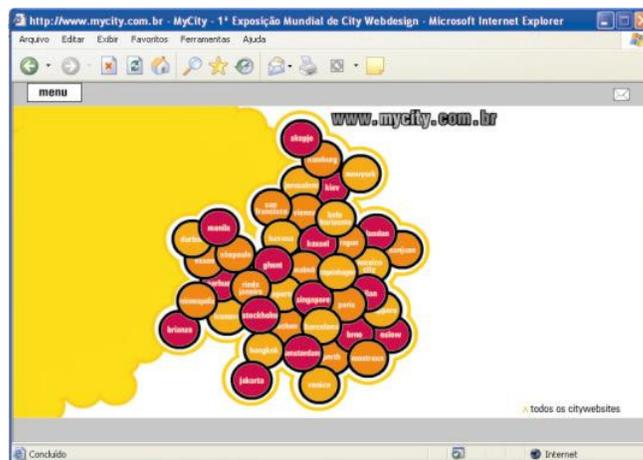


Figura 44 – Homepage do site My City.  
Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

De acordo com Silva (2002, p.86),

na exposição de ideias e definições, cada indivíduo apreende e define a cidade de forma diferente. Isto acontece porque a cidade designa uma espécie de receptáculo caracterizado pelo subjetivo. A paisagem sempre exerceu em nós um encantamento transformando a realidade em representação pelo ato de ver. Este olhar subjetivo se insere no contexto da história de cada um. O imaginário atua como referencial constante para a construção da cidade, para a percepção e consequente formulação de imagens e conceitos de seus habitantes, num processo interativo em que cidade e homem se moldam.

Por ser uma expressão individual, sem um compromisso institucional explícito, as cidades digitais do Projeto MyCity se aproximam do que muitos têm considerado com arte digital e, com isto, acabam por explorar os limites da própria hipermídia. As cidades expostas são, de fato, construções simbólicas e

lúdicas. Como pode ser observada, a linguagem utilizada nestas cidades digitais mistura, de forma bastante equilibrada, as matrizes sonora, visual e verbal e alcançam resultados que se configuram como manifestações do hibridismo sintático.

Segundo Landow (1994 apud SANTAELLA, 2005a, p.390), a hipermídia é “uma linguagem inaugural em um novo tipo de meio ou ambiente de informação no qual ler, perceber, escrever, pensar e sentir adquirem características inéditas”. Realmente, não é raro acessar uma página da internet que foi construída com sons, imagens e textos, todos fortemente articulados entre si e que, ainda, seja interativa, que permita uma interferência do usuário, o qual pode assumir uma postura ativa diante das telas eletrônicas.

Essa produção sintaticamente híbrida exige dos designers novas posturas cognitivas. Propõe, para os designers gráficos, novos desafios para lidar com as imagens, as quais já não são mais puras, mas aptas a misturar-se constantemente. Segundo Heskett (2008, p.136),

os computadores também têm a capacidade de combinar e sobrepor formas de diferentes fontes — texto, fotografia, som, vídeo —, provocando significativas transformações nas imagens bidimensionais. O design está se tornando, a um só tempo, mais especializado em alguns campos, com habilidades mais detalhadas em certas áreas de aplicação, e mais generalista em outras, com o aparecimento, em paralelo, de formas híbridas de prática.

É sob essa condição híbrida que a presente cidade digital foi analisada. Logo na *homepage*, onde estão os links para as cidades projetadas, o hibridismo dos canais se faz presente: textos, imagens fotográficas e sons, estão articuladamente misturados e à espera da interatividade. Ao percorrer o *mouse* sobre os *links* (círculos com os nomes das cidades no interior), aparecem as fotos dos rostos dos designers que desenvolveram os projetos. A transição de uma cidade para outra, com um simples movimento do mouse aciona um som metálico que, ao serem associados uns aos outros, pode-se compor uma espécie de música hibridamente composta, ou mais propriamente, uma música-colagem composta a partir de fragmentos previamente disponibilizados.

Dentre as cidades expostas, a cidade do Rio de Janeiro foi selecionada para leitura e análise, considerando-se o hibridismo como categoria analítica. Verificou-se que se tratava de uma manifestação do hibridismo sintático, portanto, as considerações tecidas dizem, prioritariamente, a respeito da forma; já as dimensões semântica e pragmática são abordadas com menor ênfase, ganhando evidência nos aspectos em que se articulam com a dimensão

sintática. Esse site se mostra como um exemplar considerável, pois as produções de sentidos gerados na interação se dão a partir dos processos de hibridização formal projetados pelo designer.

A cidade digital do Rio de Janeiro foi concebida por André Vallias, designer gráfico, poeta, produtor de mídia interativa e diretor da produtora de website Refazenda. O próprio autor se refere à cidade digital por ele projetada como um “site experimental”<sup>126</sup>. Trata-se de “um ensaio poético-digital baseado na estética do ‘arrastão’”, definida por Tom Zé como a estética do plágio, empregada em seu álbum intitulado *Com defeito de fabricação*<sup>127</sup>. A estética do plágio, de acordo com Tom Zé, pertence a “Era do plagicombinador”, a qual encontra eco nos processos de hibridização da pós-produção contemporânea defendida por Bourriaud (2009). Assim, André Vallias mostra-se como um “semionauta”, um DJ e artista que produz, “antes de mais nada, percursos originais entre os signos” (BOURRIAUD, 2009, p.14).

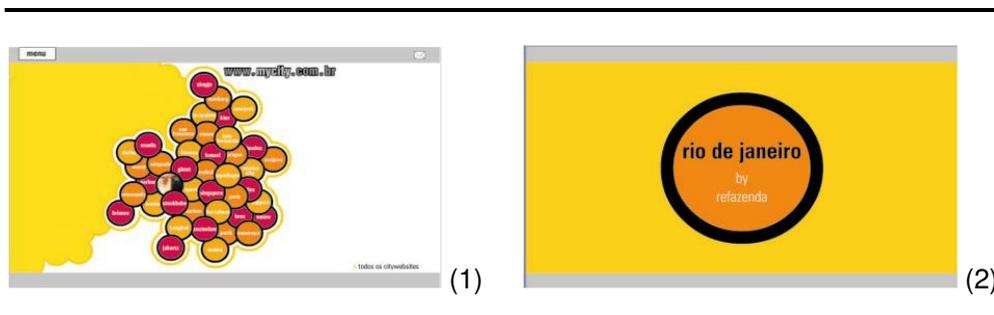


Figura 45 – A cidade do Rio de Janeiro no projeto MyCity. André Vallias.

(1) Foto do rosto do designer, ao se passar o mouse sobre o link. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

(2) Página que se abre ao clicar sobre o link da cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

<sup>126</sup> Cf. o site da produtora Refazenda, <[www.refazenda.com/index.php?page=15](http://www.refazenda.com/index.php?page=15)>. Acesso em: 10 nov. 2010.

<sup>127</sup> “A Estética de Com Defeito de Fabricação re-utiliza a sinfonia cotidiana do lixo civilizado, orquestrada por instrumentos convencionais ou não: brinquedos, carros, apitos, serras, orquestra de Hertz, ruído das ruas, etc., junto com um alfabeto sonoro de emoções contidas nas canções e símbolos musicais que marcaram cada passo da nossa vida afetiva. A forma é dançável, rítmica, quase sempre A-B-A. Com coros, refrões e dentro dos parâmetros da música popular. O aproveitamento desse alfabeto se dá em pequenas ‘células’, citações e plágios. Também pelo esgotamento das combinações com os sete graus da escala diatônica (mesmo acrescentando alterações e tons vizinhos) esta prática desencadeia sobre o universo da música tradicional uma estética do plágio, uma estética do arrastão. Podemos concluir, portanto, que terminou a era do compositor, a era autoral, inaugurando-se a Era do Plagicombinador, processando-se uma entropia acelerada”. Disponível em: <[http://www.tomze.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=68:com-defeito-de-fabricacao-luaka-bopwea-1998-trama-1999&catid=6:discografia&Itemid=54](http://www.tomze.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=68:com-defeito-de-fabricacao-luaka-bopwea-1998-trama-1999&catid=6:discografia&Itemid=54)>. Acesso em: 01 jan. 2010.

Após clicar na janela de apresentação, contendo os créditos dos designers responsáveis pela cidade digital sob uma imagem constituída a partir de fragmentos de outras imagens de cores saturadas, acessa-se a tela que pode ser considerada como a *homepage* do Rio de Janeiro digital. Há um fundo sonoro que gera um suspense e que leva o usuário a dar mais um clique para, de fato, ter um menu a sua disposição, revelado a partir do deslizamento para baixo da letra “l” da palavra “RIO” que preenche toda tela. Misturam-se imagens cartográficas, do mar e do calçadão de Copacabana. Também se pode dizer que foram abertas duas janelas resultantes das letras “R” e “O”: a maior emoldura uma fotografia do Pão de Açúcar e, da menor janela, olha o próprio designer. Estabelece aí o dialogismo entre o olhar do designer lançado sobre a cidade e o convite dirigido ao usuário para recriar sua própria cidade. O menu é composto pelas seguintes opções (links): (a) *utopia*, (b) *entropophagy*, (c) *the gold mean* e (d) *riverrun*.

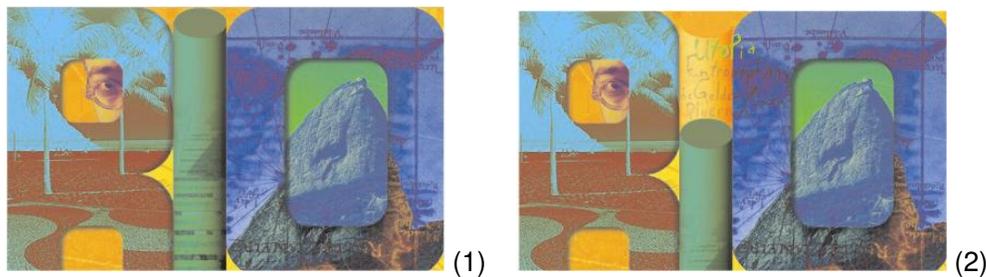


Figura 46 – Homepage do Rio de Janeiro digital.

(1) Homepage sem revelar o menu. Disponível em: <[http://www.mycity.com.br/mycitysites/rio\\_de\\_janeiro/rio\\_a.htm](http://www.mycity.com.br/mycitysites/rio_de_janeiro/rio_a.htm)>. Acesso em 01 mar. 2009.

(2) Menu da homepage. Disponível em: <[http://www.mycity.com.br/mycitysites/rio\\_de\\_janeiro/rio\\_a.htm](http://www.mycity.com.br/mycitysites/rio_de_janeiro/rio_a.htm)>. Acesso em 01 mar. 2009.

Ao clicar sobre o link “Utopia”, tem-se acesso a uma vista panorâmica da cidade do Rio de Janeiro de 01 de janeiro de 1502, modelada em 3D (três dimensões), com ferramentas computacionais. Sons da natureza, barulhos de vento e água, assobio de pássaros e sibilar de insetos, muito simbólicos para a imagem urbana brasileira e carioca, acompanham essa paisagem. A topografia acidentada (característica do Rio de Janeiro) é destacada e, ao percorrer o mouse sobre a imagem, aparecem os nomes dos morros cariocas, bem como suas altitudes e descobre-se que há, sobre cada elevação, um link para algumas fotomontagens.

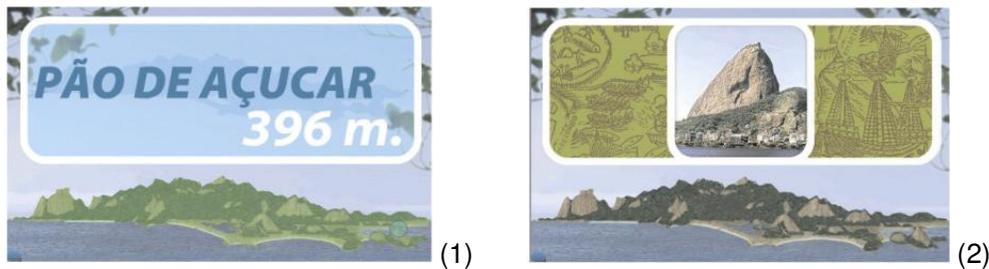


Figura 47 – Páginas acessadas através da opção “Utopia”.

(1) Tela principal. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

(2) Tela principal modificada a partir do deslocamento do mouse. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

Os links “Entropophagy” e “The golden mean” conduzem, respectivamente, a uma tela que mescla imagens de arranha-céus com favelas atreladas a jogo com as palavras “ordem” e “desordem” e a uma janela que mistura imagens animadas de Ipanema com Leblon. Nos dois casos, há um fundo sonoro-musical que se fragmenta e se reconstitui interativamente com a participação do usuário. Assim como na *pop art*, o significado não está no que se vê, mas no como o usuário, a partir da sua interatividade, reorganiza e constrói uma nova imagem (acústica). Sob esse ponto de vista, também a hipermídia se mostra como uma linguagem contemporânea, pois ela é uma espécie de performance apta a hibridizar as diversas formas possíveis.

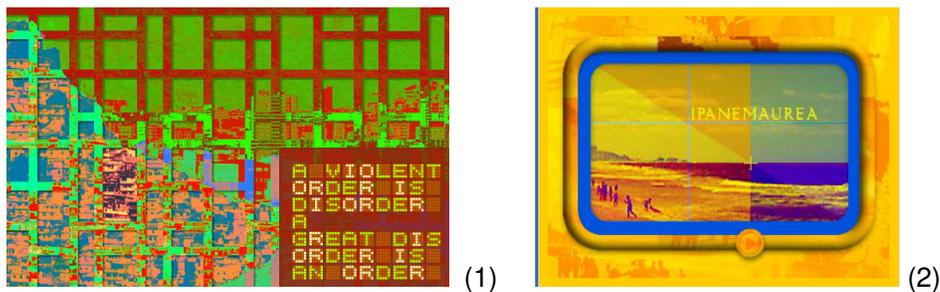


Figura 48 – Janelas dos links “Entropophagy” e “The golden mean”.

(1) Tela principal do link “Entropophagy”. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

(2) Tela principal do link “The golden mean”. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

Nota-se que a estética adotada por Vallias se pauta em princípios da fragmentação, da colagem, da aparente desordem, do ruído e da poluição visual, enfim da sintaxe das formas híbridas, já presentes no design gráfico, segundo Cardoso (2005, p.211), desde os últimos quinze ou vinte anos. Esse trabalho insere-se, pois, dentro do grupo de “uma série de iniciativas dedicadas explicitamente à substituição dos preceitos funcionalistas do passado por uma visão eclética e híbrida” (CARDOSO, 2005, p.211-212). Ainda, sobre esse tipo de produção, afirma Cardoso (2005, p.212) que, “mais do que um mero modismo, essa visão de design tem suas bases conceituais profundamente ancoradas na evolução das tecnologias digitais e nas possibilidades que estas trouxeram de superar limites tradicionais com relação à diagramação e à tipografia”.

Por fim, pode-se acessar a uma tela sobre a qual se abre uma janela com fotografias do cotidiano da cidade, mesclando-se imagens das paisagens natural e construída, da arquitetura colonial e vernacular. Também há a possibilidade de se ler, em pranchas numeradas de I a X, parte da história colonial da cidade. Nessa janela a exploração da matriz sonora se repete. E, mais uma vez, sons, imagens e textos aparecem hibridizados. E nota-se que, não somente esse link, bem como todo o site, apresenta cores fortes, as quais buscam revelar uma cidade multicolorida e alegre, a cidade do carnaval e da beleza natural.

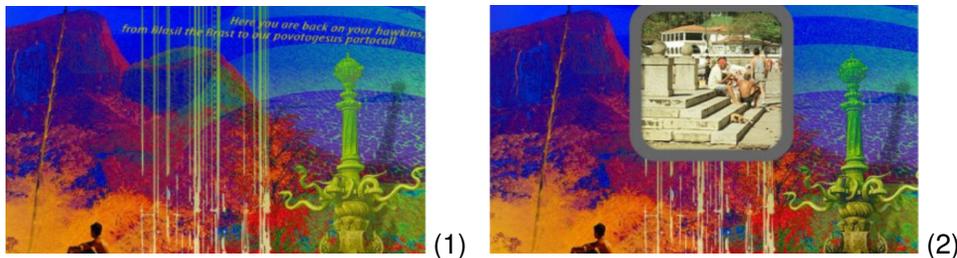


Figura 49 – Janelas do link “Riverrun”.

(1) Tela principal. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

(2) Janela com imagens aberta sobre a tela principal. Disponível em: <<http://www.mycity.com.br>>. Acesso em 01 mar. 2009.

Assim como na cidade real, a cidade digital apresenta-se como um texto não verbal. As considerações sobre os signos na cidade, levadas a cabo por Ferrara (2007, p.20), valem para na cidade digital. De acordo com a autora,

Na cidade, o texto verbal liberta-se da sucessão gráfica dos caracteres e adiciona-se aos índices dispersos em quilômetros de ruas, avenidas,

edifícios, multidões em locomoção, ruídos, luzes, cor, volume. Os textos não verbais acompanham nossas andanças pela cidade, produzem-se, completam-se, alteram-se ao ritmo dos nossos passos e, sobretudo, da nossa capacidade de perceber, de registrar essa informação (FERRARA, 2007, p.20).

Logo, pode-se concluir que esse é um site que possibilita várias reconstruções da cidade do Rio de Janeiro, de suas imagens e seus sons, ainda que sejam previamente elaborados segundo as lentes do designer. O usuário pode imergir no site e conhecer características do cotidiano carioca, de forma bastante lúdica. Mais uma vez, deve-se destacar que o som encontra-se completamente imbricado com o texto e a imagem; há uma relação de complementação entre eles. Verifica-se, de fato, a constituição de um objeto híbrido, cuja sintaxe se produz a partir da efetiva hibridização dos códigos sonoro, visual e verbal.

### **7.3.O espremedor de limão de Philippe Starck e o hibridismo semântico**

*Juicy Salif*. Este é o nome do “espremedor de limão” projetado por Philippe Starck, em 1987, para a empresa italiana Alessi. Este é também um dos objetos-ícones<sup>128</sup> da contemporaneidade e, sem dúvida alguma, um exemplo do hibridismo semântico.

Sudjic (2010, p.23) afirma que, “para entender a linguagem do design, precisamos entender a evolução do designer como profissional”. Portanto, para analisar o espremedor, sua linguagem, cabem, inicialmente, as seguintes perguntas: Quais foram as motivações que levaram Starck a concebê-lo? Qual o lugar deste produto na história do design? E, para chegar a Philippe Starck, Sudjic faz uma oposição entre dois designers: William Morris e Raymond Loewy.

Desde que essa atividade [design] surgiu como prática distinta, intimamente ligada ao desenvolvimento do sistema industrial em fins do

---

<sup>128</sup> Também Jordan (2002, p.92-93) afirma ser o espremedor de Starck um ícone, que atrai a atenção e polariza opiniões daqueles que já o utilizaram. O Juicy Salif é um dos objetos apresentados na exposição *Ícones do design França-Brasil*, realizada em 2009 no Museu da Casa Brasileira. Na apresentação do catálogo da exposição, as curadoras se perguntam: “O que confere o status de ícone a um objeto? A história? O sucesso comercial? A notoriedade? A escolha e o reconhecimento dos aficionados?” São elas mesmas quem propõem uma resposta: “Sem dúvida, tudo isso ao mesmo tempo, mas, igualmente, a capacidade que um objeto tem de marcar simbólica e visualmente o seu tempo. É esse conjunto que caracteriza os ícones do design, relegando o valor de uso do objeto a um nível secundário” (MORISSET e BORGES, 2009, p.1).

século XVIII, os designers deixaram de se considerar reformadores sociais, idealistas, profundamente desafinados com sua época, como William Morris na Inglaterra do século XIX, para se tornarem os carismáticos vendedores de panaceias comandados por Raymond Loewy nos Estados Unidos de meados do século XX. Morris odiava a era da máquina e tentou encontrar uma forma de recriar a tradição do objeto feito à mão. Loewy chegou a prometer otimizar a curva de vendas.

De acordo com Sudjic (2010, p.24), “Loewy ofereceu uma versão mais hábil e mais suave do que o design pode ser. Transformou limpadores, mimeógrafos e apontadores de lápis em objetos-fetichismo atraentes (...)”. Também segundo Sudjic (2010, p.26), “segundo os passos de Loewy hoje está Philippe Starck. Ninguém resume melhor a versão contemporânea do designer como celebridade, capaz de transformar objetos domésticos anônimos com sua assinatura”. Essa comparação é feita, pois, segundo Sudjic (2010, p.25), “a maior criação de Raymond Loewy talvez tenha sido sua própria imagem: a personificação da nova linhagem de designers, que empenhavam em otimizar a curva de vendas de qualquer coisa, de locomotivas a cigarros”<sup>129</sup>.

Philippe Starck nasceu em 18 de janeiro de 1949, em Paris. Estudou na Escola Central de Artes Decorativas (*École Centrale des Arts Decoratifs*). Trabalhou como arquiteto e, nos anos de 1980, entrou para o time de designers do renomado Giovanni Alessi. Desde então, construiu uma carreira que lhe inseriu no seleto grupo de designers que alcançaram, no final do século passado e no início deste, um *status* de celebridade, portanto, de renome internacional. Starck é cosmopolita e, de acordo com o site da Alessi, “considera-se ‘um arquiteto japonês, um diretor de arte norte-americano, um designer industrial alemão, um diretor artístico francês, um designer de móveis italiano’” (tradução nossa)<sup>130</sup>.

Sua entrada para a Alessi se deu em um momento em que uma série de renomados arquitetos e designers, identificados com as características da contemporaneidade (mais especificamente da pós-modernidade), foram

---

<sup>129</sup> Em defesa de Raymond Loewy, Cardoso (2005, p.132) escreve: “(...) é obviamente infundada e reducionista a acusação frequentemente repetida de ser um mau designer ou um ‘mero homem de marketing’. Loewy, nascido na França e radicado nos Estados Unidos a partir de 1919, foi certamente o designer que, em toda a breve história do campo, conseguiu atingir o maior grau de fama e sucesso profissional, tanto pelo seu extenso trabalho em diversas áreas do design quanto pelo seu talento especial na autopromoção, bem como na promoção dos interesses dos seus clientes”.

<sup>130</sup> Disponível em: <[http://www.alessi-shop.com/ashop-us/starck-philippe\\_124.html](http://www.alessi-shop.com/ashop-us/starck-philippe_124.html)>. Acesso em: 02 jan. 2012. Do original: “*he considers himself as ‘a Japanese architect, an American art director, a German industrial designer, a French artistic director, an Italian furniture designer’*”.

convidados para criar novos objetos. O objetivo de Alessi era aproveitar o capital cultural que acompanhava os colaboradores da empresa, de Richard Sapper a Michael Graves, Ron Arad, George Sowden, Norman Foster, Aldo Rossi, Charles Jencks, Robert Venturi, Frank Gehry ou Philippe Starck (SPARKE, 2010, p.215).

Essa postura da Alessi não se apresentou como fato isolado, pois, de acordo com Moraes (2008), foi justamente a absorção de designers estrangeiros que colocou o design italiano em evidência perante o mundo. Moraes (2008, p.57) menciona que, para colocar o design italiano nessa posição de destaque, tanto no plano teórico quanto no prático, além dos próprios designers italianos, destacam-se aqueles estrangeiros que optaram por contribuir com as empresas da Itália, como, por exemplo, o argentino Tomás Moldonado, os alemães Richard Sapper e Hebert Ohl, os japoneses Isao Hosoe, Toshiyuki Kita e Makio Hasuik, o suíço Mario Botta, o francês Philippe Starck e o israelense naturalizado inglês Ron Arad. Assim conclui Moraes (2008, p.55):

O design italiano foi, marcadamente, um design de ícones, por isso sempre esteve aberto a diversas experimentações, questionamentos e reflexões sobre o sentido do design até então praticado, e proporcionou, ao mesmo tempo, um espaço para repensar os caminhos a seguir.

Então os produtos da Alessi ganharam destaque nos anos de 1980, momento em que o movimento moderno radical deixou espaço para a inserção de um novo paradigma estético. Este, como bem observou Sparke (2010, p.214, tradução nossa), era “um paradigma estético radicalmente inovador que incluía a ornamentação, a ironia, o historicismo, o ecletismo e o pluralismo”<sup>131</sup>. O autor prossegue:

Também serviu para validar “o outro”, que no mundo da cultura material estava representado pelo luxo, o gosto feminino, as artes decorativas e a fabricação artesanal. Em grande medida, portanto, a “estrutura do sentir” pós-moderna teve uma repercussão significativa no mundo da cultura material<sup>132</sup> (SPARKE, 2010, p.214, tradução nossa).

A Alessi<sup>133</sup>, fundada em 1921, em Crusinallo, “se transformou em uma empresa internacional, que, por um lado, representa de forma ideal a variedade

---

<sup>131</sup> Do original: “*um paradigma estético radicalmente inovador que incluía la ornamentación, la ironía, el historicismo, el ecletismo y el pluralismo*”.

<sup>132</sup> Do original: “*También sirvió para validar ‘lo outro’, que em el mundo de la cultura material estava representado por el lujo, el gusto feminizado, las artes decorativas y la fabricación artesanal. En gran medida, por tanto, la ‘estructura del sentir’ posmoderna tuvo una repercusión significativa en el mundo de la cultura material*”.

<sup>133</sup> De acordo com Bürdek (2006, p.353 e 356), a Alessi “nos anos 20/30 produzia objetos domésticos: panelas, bandejas, serviços de café e de chá, talheres e outros

do design italiano, por outro, o estilo de vida do pós-moderno” (BÜRDEK, 2006, p.353). Os objetos de uso doméstico produzidos pela Alessi, “exploram os atributos antes tidos como secundários como o valor de estima e de afetividade (*emotion design*<sup>134</sup>)” (MORAES, 2008, p.100). Ao se perguntar sobre “o que, além de criatividade e qualidade produtiva, faz o sucesso dos produtos da Oficina Alessi?”, Moares (2008, p.100 e 102) responde:

Certamente o fato de ser uma empresa pioneira em investimento em design, com forte conceito de identidade de produto característico e marcante, que conta ainda com o estratégico suporte de grandes designers de expressão internacional, além de transferir para os seus produtos um sentido de vanguarda e de objetos *cult*. São produtos simples, belos e inteligentes, somados logicamente ao fato de possuírem conceitos voltados para o mercado global<sup>135</sup>.

O destaque da Oficina Alessi não se restringe ao seu limite mercadológico atuante; por seu pioneirismo, a empresa se destaca que faz história dentro da chamada cultura material.

Bürdek (2006, p.151) afirma que Starck, “com seu trabalho para a firma italiana Alessi, especialmente o espremedor de limão *Juicy Salif* (1987), ele inverteu a função comunicativa com a função prática”. Pode-se dizer, com isto, que Starck, mais do que um designer de objetos é um designer de signos. E é o

---

mais, tudo e sempre com padrões decorativos. Carlo Alessi [filho mais velho do fundador Giovanni Alessi], um designer formado, defendia os produtos pós-guerra e desde 1955 iniciou a contratação de designers externos com preferência ao Bel design italiano. Alberto Alessi iniciou nos anos 70 a elaboração de uma espécie de programa cultural para a empresa, que nesta fase pretendia fabricar produtos de massa acessíveis que tivessem contribuições culturais a dar. Em 1972, iniciou o trabalho conjunto com Ettore Sottsass, por meio do qual se estabeleceu um discurso metafórico sobre design para a Alessi”.

<sup>134</sup> Sobre o caráter emocional dos objetos, ver Norman (2008), cujo título é *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia*. Nesse texto, Norman apresenta as múltiplas faces da emoção e do design e aponta três níveis que podem ser mapeados em termos de características de produtos: (1) Visceral, que diz respeito à aparência; (2) Comportamental, relacionado ao prazer e à efetividade do uso; e (3) Reflexivo, que considera a racionalização e a intelectualização de um produto, questão da autoimagem, da satisfação pessoal e das lembranças. Vale destacar, que, como se pode observar, esses níveis propostos por Norman se relacionam com as dimensões da linguagem do design, respectivamente: sintática, pragmática e semântica. Mas o *emotion design* não está livre das críticas. Adotando um ponto de vista aparentemente marxista, Sudjic (2010, p.50) assegura que, nos dias de hoje, “o design se tornou o processo, às vezes cínico, de transformar produtos antes sérios e espontâneos — relógios, por exemplo, câmeras ou mesmo carros — em brinquedos para adultos, explorando nossas fantasias sobre nós mesmos, aproveitando nossa disposição de pagar para ser entretidos ou bajulados por aquilo que possuímos”. Por outro lado, Niemeyer (2006, p.99) afirma que “a preocupação atual de sugestões afetivas e emocionais no design parece indicar a vontade de reinserir as relações humanas no ambiente imediato”.

<sup>135</sup> Além de possuir diversas lojas espalhadas pelo mundo, a Alessi também realiza vendas pela Internet, através de seu site <www.alessi.com>.

próprio Starck quem ratifica tal afirmação: “Creio ser tarefa dos designers passar mais tempo produzindo signos... e menos produzindo objetos”<sup>136</sup> (STARCK, 1978-9 apud CARMEL-ARTHUR, 2000, p.11). Tal assertiva apresentada por Starck vai ao encontro do postulado por Bense (apud WALTHER-BENSE, 2000, p.85): “o homem não se relaciona apenas com as coisas, mas também com signos. Seu conhecimento é muito mais um mundo de signos do que um mundo de objetos”.

Sendo assim, o espremedor de limão *Juicy Salif*, de Philippe Starck, é também um signo e, como tal, pode ser analisado. Portanto, primeiramente, deve-se contemplar o produto e apreender sua forma, sua materialidade, sem buscar referências externas. Observa-se o material no âmbito qualitativo: o metal. A cor é cinza, metálica. O material é aparentemente homogêneo, pois o espremedor é, todo ele, de alumínio (exceto a edição especial que foi banhada a ouro). E o alumínio brilha, pois se trata de alumínio polido. A forma do espremedor, sua configuração, não revela o objeto do signo, não se assemelha aos arquétipos dos objetos dessa classe, portanto não remete, diretamente, o leitor a um objeto dinâmico facilmente apreensível. Trata-se de uma gota invertida, estriada, uma espécie de híbrido de carambola e cacau, suspensa por três “pés compridos”. Tudo de um único material. A forma seduz.

Norman (2008, p.137), ao descrever seu processo de aquisição desse produto, afirma:

O espremedor era realmente sedutor. Eu o vi e, imediatamente, passei pela sequência de respostas tão adoradas por comerciantes: “Uau, eu quero”, disse para mim mesmo. Só então perguntei: “O que é? Para que serve? Quanto custa?”, concluindo com: “Vou comprar”, o que fiz.

Como se pode notar, Norman, assim como outros consumidores, foi seduzido pela forma, pela dimensão sintática do objeto, a dimensão material, qualitativa, primeira, pela função estética. As perguntas que vieram posteriormente ao desejo da compra, “O que é?” e “Para que serve?”, são perguntas que se referem, respectivamente, às dimensões semânticas e pragmáticas. Aí está uma característica deste objeto: não deixa precisar do que

---

<sup>136</sup> Parece que Starck é um exemplo do designer semiótico ao qual Walther-Bense (2000, p.100) se refere: “Ao lado da análise signica de sistemas de signos já existentes, também a criação (o projeto e a realização) de signos e sistemas de signos será, no futuro, dirigida com base numa teoria geral dos signos, isto é, a produção consciente de signos, fundamentada teoricamente em signos, será efetuada por um designer semiótico, que completa o designer industrial e gráfico”.

se trata e para que serve. Ele é o *Juicy Salif*. Ele não é isto nem aquilo, ele é híbrido. Ele é um objeto verdadeiramente contemporâneo.

Ele traz em si características zoomórficas de uma escultura abstrata, uma escultura de um aracnídeo de três pernas ou de uma lula, como quer Starck. Nas palavras de Julier (2000, p.68, tradução nossa) ele “não é nem macho nem fêmea, mas os dois. Útil e inútil. Refinado e vulgar. Um objeto de exibição e muito singular para caber em qualquer classificação”<sup>137</sup>. É um objeto anômalo e, “talvez estas anomalias sejam responsáveis por fazer dele um objeto fascinante”<sup>138</sup>(JULIER, 2000, p.68, tradução nossa).

Esse produto concebido por Starck possui uma forma marcante, uma forma “fotogênica” como quer Collins (2000, p.10-11), que faz um convite à análise do espremedor, um tanto quanto irônica, mas verdadeira:

(...) Sua função não é ser usado. É para ser admirado, mais como se faz com a arte: “Não toque”. É para ser analisado e discutido. Vamos ter cuidado ao usar o nosso Juicy Salif. Que importa se ele deixa escorrer gotinhas de suco de limão por sua cabeça de aranha com menos eficiência que um milenar dreno proental, em que a água da chuva do telhado é conduzida até o chão pelos elos de uma corrente? Que importa se o ácido cítrico terminará por corroer o corpo de alumínio da nossa aranha extraterrestre de três pernas? Que importa se a pressão necessária para untar sua cabeça com limão desequilibra as três pernas, fazendo com que seus pés afiados arranhem a mesa de madeira de nossa cozinha? Nada disso importa porque temos um Philippe Starck, em nossos lares e em nossos corações. Quem se importa se o nosso velho e anônimo espremedor de limão dá conta do recado da mesma forma, se não com mais eficiência? Nada disso importa porque nós temos um Philippe Starck em nossa cozinha!

Vamos fotografar esse Juicy Salif, pois ele foi concebido para ser fotografado. Ele é mais fotogênico que seu autor. Vamos fotografá-lo do alto, com um limão em sua cabeça, como um chapéu num ângulo vistoso, para o catálogo da Alessi de 1990. Vamos juntar quatro Salifs, três enfileirados e um separado, projetando longas sombras sobre uma superfície cinzenta, para a capa do catálogo.

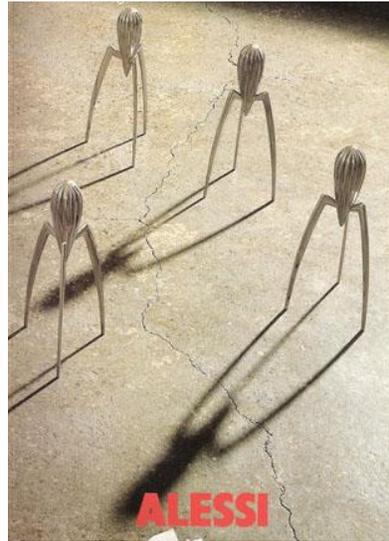
---

<sup>137</sup> Do original: “*neither male nor female, but both. Useful and useless. Refined and trashy. An object of display and yet it is t̃o damnably singular to fit in with anything else*”.

<sup>138</sup> Do original: “*perhaps these anomalies are what holds the object’s fascination*”.



(1)



(2)

Figura 50 – Espremedor de limão *Juicy Salif*, de Philippe Starck. Alessi, 1990.

(1) Versão tradicional, correntemente comercializada pela Alessi. Em alumínio polido. Disponível em: <[http://www.alessi.com/en/images/display/filename/%7Cimages%7Ccontent%7Cprojects%7C1055-1804\\_3.jpg/x/280/y/286.png](http://www.alessi.com/en/images/display/filename/%7Cimages%7Ccontent%7Cprojects%7C1055-1804_3.jpg/x/280/y/286.png)>. Acesso em: 02 fev. 2012.

(2) Catálogo Alessi. Disponível em: <<http://www.dominadesign.com/img/prodotti/Alessi/Alessi-Citrus-squeezer-juicy-salif-AA-450.jpg>>. Acesso em: 02 fev. 2012.

Diversão, surpresa, superação de expectativas, inovação, originalidade, elegância<sup>139</sup>, sofisticação, status social e emoção são apenas algumas das palavras que podem ser associadas ao *Juicy Salif*. Khaslavsky e Shedroff (1999) também o analisaram e definiram alguns de seus aspectos:

*Atrai a atenção por ser divertido.* É diferente de qualquer outro produto de cozinha pela natureza de sua aparência, forma e materiais.

*Proporciona novidade surpreendente.* Não é imediatamente identificável como um espremedor de frutas e sua forma é tão incomum que chega a ser intrigante, e até surpreendente quando seu propósito se torna claro pela primeira vez.

*Vai além das necessidades e expectativas óbvias.* (...). Vai tão além do que se espera ou das exigências, que se torna algo inteiramente diferente.

*Cria uma reação instintiva.* De início, a forma cria curiosidade, depois uma reação emocional de confusão e, talvez, medo, uma vez que é tão pontudo e de aspecto perigoso.

*Combina valores ou vínculos com metas pessoais.* Ele transforma o ato rotineiro de espremer uma laranja [ou melhor, um limão] numa experiência

<sup>139</sup> Em uma entrevista concedida à revista Casa Vogue Brasil, Starck afirma ser a elegância um item fundamental na relação entre as pessoas e que “é um dever sermos sofisticados” (GARCIA, 2003, p.105).

pessoal. Sua abordagem inovadora, simplicidade e elegância em termos de formas e desempenho criam uma valorização e o desejo de possuir não apenas o objeto, mas as qualidades que ajudaram a criá-lo: inovação, originalidade, elegância e sofisticação. Ele fala tanto a respeito da pessoa que o possui quanto sobre seu criador.

*Promete cumprir essas metas.* Ele promete tornar extraordinária uma ação ordinária. Também promete elevar o status do dono a um nível superior de sofisticação, ao reconhecer suas qualidades.

*Leva o observador casual a descobrir algo mais profundo sobre a experiência de fazer um suco.* Embora o espremedor necessariamente não ensine ao usuário nada de novo sobre sucos ou fazer sucos, ele ensina a lição de que, mesmo coisas mais comuns do dia a dia podem ser interessantes, e que o design pode enriquecer a vida. Também ensina a esperar encantamento onde ele é inesperado — todas essas são sensações positivas com relação ao futuro.

*Cumpra todas essas promessas.* Cada vez que é usado, recorda o usuário de sua elegância e abordagem de design. Cumpra essas promessas através de seu desempenho, recriando as emoções originalmente ligadas ao produto. Ele também serve como um elemento de surpresa e foco de conversa para as pessoas ligadas ao seu dono, e é mais uma chance de adotar seus valores e tê-los validados (KHASLAVSKY e SHEDROFF, 1999, p.47 apud NORMAN, 2008, p.137-138, grifos do autor).

Depois de analisada a forma em si, ao se buscar as referências externas, uma resposta para “O que significa isto?”, conclui-se que esse produto, “o espremedor”, por si só, não é capaz de dizer do que se trata. No entanto, na foto em que aparece com um limão na “cabeça”, seu significado é parcialmente revelado. Parcialmente, pois se trata de um produto híbrido, portanto dialógico e polifônico. De acordo com Vargas (2004, p.3),

Por incorporar o dialogismo e ser polifônico (CANEVACCI, 1996, p.39), o hibridismo é um processo de difícil controle: rompe recepções padronizadas e esperanças de unicidade semântica; mas, ao mesmo tempo, mostra-se docemente criativo por embutir novas alternativas para diversas combinações. Como potencial celeiro de criações, seduz e fascina.

Talvez seja pelo fato de conter em si o hibridismo semântico que o referido espremedor, um objeto-discurso, uma manifestação contemporânea, concebido por uma das mais importantes personalidades do design do final do século XX, mostrou-se um produto sedutor e fascinante. Mas, ao mesmo tempo, o *Juicy Salif* é objeto de crítica por parte daqueles que são, ainda que minimamente, defensores do funcionalismo. “Muito criticado como objeto desesperadamente não funcional, pouco prático, difícil de guardar e utilizar, torna-se para qualquer coleção de museu ou livro sobre o design moderno, uma peça imprescindível” (MORISSET e BORGES, 2009, p.8).

A acentuada crítica mostra-se, sob certos pontos de vista, como pertinente, na medida em que “Starck é um dos mais fortes representantes da orientação

semântica (linguagem do produto) do design” (BÜRDEK, 2006, p.151). De acordo com Cardoso (2005, p.186), “para os seus críticos, os objetos projetados por Starck são pouco funcionais, mas ele certamente rebateria que todo objeto exerce mais do que uma única função”.

Focado na dimensão semântica, em sua polivalência utilitário-contemplativa, o espremedor de limão coloca, como bem lembrou Costa (2010, p.187), a questão do “*styling* versus liberdade projetual”. O autor explica:

Ocorre que boa parte da produção atual em design deriva não mais exclusivamente dos preceitos modernistas do racionalismo bauhausiano, mas sim da complexidade de muitos dos métodos e estratégias projetuais desse movimento com certas práticas socioculturais em que o *styling* se moldou e que, parece, acabou por se impor ao mundo globalizado e feito mercadoria pelo turbocapitalismo, conforme explica Lipovetsky (COSTA, 2010, p.188).

Nas palavras de Carmel-Arthur (2000, p.11-12), Starck “celebra o triunfo conceitual da moda sobre a função, que é uma expressão do atual meio cultural”. E, atribuindo nomes próprios aos produtos de uso cotidiano, Starck agrega valor e significados múltiplos aos objetos. “Batizando os produtos com tais nomes, ele consolida sua identidade em termos linguísticos, assegurando que suas obras não sejam mencionadas verbalmente sem referência ao próprio designer. Ao rotular, Starck estabelece o *pedigree*” (CARMEL-ARTHUR, 2000, p.11). Ao produzir objetos tão distintos, Starck produz imagens de si mesmo, ou seja, os produtos de Starck são explicitamente signos de si.

Se, por um lado, conforme Sudjic (2010, p.169) afirma, “o design sempre envolveu moldar e embelezar coisas do dia a dia, para nos fornecer algo que nos lembrasse o mundo para além da utilidade”<sup>140</sup>, por outro, Starck parece ter levado às últimas consequências essa postura na concepção do *Juicy Salif*, e ter nele materializado o hibridismo semântico. Em uma entrevista concedida para a revista *Sunday Times Magazine*, Starck afirma:

Certa vez, em um restaurante, eu tive essa visão de um espremedor de limão em forma de lula e comecei a projetá-lo... E, quatro anos depois ele ficou famosíssimo. Mas, para mim, é mais uma microescultura simbólica que um objeto funcional. Seu objetivo real não é espremer milhares de limões, mas permitir a um recém-casado entabular conversa com a sogra...”<sup>141</sup> (STARCK apud CARMEL-ARTHUR, 2000, p.13).

---

<sup>140</sup> Também Cardoso (2005, p.131) afirma que “primeiramente, é preciso lembrar que a capacidade de evocar ideias também faz parte de qualquer proposta de design; ou seja, as funções de um objeto não podem ser reduzidas apenas ao seu funcionamento”.

<sup>141</sup> De acordo com Carmel-Arthur (2000, p.14), “é justo dizer que Starck tentou gerar um discurso genuíno entre si e o mundo do design. É o que enfatiza a narrativa pessoal oferecida por suas numerosas entrevistas, compreendendo a ausência de

De fato, como se pode notar pelo próprio discurso do designer em relação ao espremedor de limão, seus objetos não estão, necessariamente, comprometidos primeiramente com o aspecto funcional (prático). Starck revela, por meio de suas palavras, o *Juicy Salif* como um produto semanticamente híbrido: se trata de um objeto do design que quer ser um objeto artístico, ou vice-versa, não importa.



Figura 51 – Primeiros esboços do *Juicy Salif*, de Philippe Starck. Disponível em: <[http://alysapar22.files.wordpress.com/2010/06/1990juicy\\_salif\\_design.jpg](http://alysapar22.files.wordpress.com/2010/06/1990juicy_salif_design.jpg)>. Acesso em: 01 jan. 2011.

Norman (2008, p. 137) apresenta uma descrição, também bastante teatral ou espetacular, realizada por Alberto Alessi, do espremedor que foi desenhado em um guardanapo de uma pizzeria em Capraia, na ilha Toscana, Itália, e concebido naturalmente como uma “inspiração”:

No guardanapo, junto com algumas manchas incompreensíveis (molho de tomate, muito provavelmente), havia alguns esboços. Esboços de lulas. Eles começavam do lado esquerdo e, à medida que iam avançando para o direito, assumiam a forma inconfundível do que se tornaria o mais celebrado espremedor de frutas cítricas do século que acabou de chegar ao fim. Vocês podem imaginar o que aconteceu: enquanto comia um prato de lulas e espremia o limão em cima dele, nosso homem recebeu sua

informação igualmente valiosa no contexto do design contemporâneo, no qual pouco se sabe dos designers”.

inspiração! O Juicy Salif nasceu, e com ele algumas dores de cabeça para os defensores de “A forma segue a função”.

Ao analisar a chaleira Hot Bertaa (1990-91), também projetada por Starck e produzida pela Alessi, Carmel-Arthur (2000, p.16) descreve a pouca importância atribuída à dimensão pragmática por parte de Starck:

Sendo apenas aparentemente funcional, ela exemplifica claramente a “microarquitetura” pós-moderna do cenário doméstico. Destinada a se transformar num “clássico do design”, tal qual os utensílios de cozinha produzidos pela Rosenthal da Alemanha nas décadas de 60 e 70, adquiriu autoridade imediata por visar não ao consumidor, mas ao museu de design. Tais objetos são altamente competitivos, na indústria de utilitários domésticos/cerâmica, devido ao valor de seu renome, muito embora vendam comparativamente mal e geralmente não funcionem.

Assim como os trabalhos dos designers do grupo italiano Memphis, os produtos de Starck se enquadram dentro de um tipo de design que “vem se libertando da rigidez normativa que dominou o campo durante mais de meio século” (CARDOSO, 2005, p.206). Starck enquadra-se, assim, dentro do grupo de designers mencionados por Heskett (2008, p.48) que se preocupam com o valor semântico dos objetos, em detrimento, se preciso for, do seu valor de uso<sup>142</sup>:

(...) fica claro que há profissionais que, de modo geral, estão mais preocupados com as próprias ideias do que com as dos usuários dos produtos criados por eles. Para reforçar tal postura, há teorias, surgidas na década de 1980 e reunidas sob a denominação de pós-modernismo, que enfatizam o valor semântico do design em detrimento de suas qualidades funcionais. Em outras palavras, o principal critério para a concepção e o uso de um produto é aquilo que ele significa, e não para o que ele serve. De qualquer modo, não são os usuários os protagonistas desse conceito, mas sim os designers, o que permite o surgimento de produtos com formas arbitrárias que têm pouco ou nada a ver com utilidade, mas que são justificadas por seu “significado”. Um exemplo disso é a empresa italiana Alessi, que, além de ter uma linha consagrada de utensílios domésticos bastante simples, vem, nos últimos anos, lançando uma série de produtos que retratam com perfeição essa tendência. Talvez o produto mais conhecido dessa série seja o “Juicy Salif”, espremedor de frutas projetado por Philippe Starck. Starck tem um talento especial para criar formas surpreendentes e incomuns, o que fica óbvio quando observamos esse objeto. Apesar do visual diferente, ele não dá conta de cumprir seu objetivo prático, e, na verdade, a proposta é que seja considerado um “ícone doméstico”. Para decorar sua cozinha com esse objeto, no entanto, o

---

<sup>142</sup> Mais um exemplo de produtos com ênfase na dimensão semântica está na cooperação entre a Alessi e a Phillips, que resultou na fabricação de produtos que “tinham tal carga emocional que se tornaram de posse perigosa. A funcionalidade ficou em tal segundo plano que ela quase era ignorada” (BÜRDEK, 2006, p.356).

consumidor precisa desembolsar vinte vezes mais<sup>143</sup> do que para adquirir um simples e infinitamente mais prático espremedor — na verdade, o termo “espremedor” estaria mais bem empregado se aplicado à alavancagem dos lucros, e não à funcionalidade oferecida aos usuários.

Evidente está o hibridismo semântico manifesto no *Juicy Salif*, pois é assim que, recorrentemente, projeta Starck<sup>144</sup>: concebe um produto cujo argumento não denota com facilidade sua dimensão pragmática, sua função prática. Este é o caso do espremedor: embora, por vezes, acabe não sendo destinado ao uso, à sua função prática, também não chega a estar totalmente impossibilitado de exercê-la (REYES, 2005, p.62). Nas palavras de Albus e Fischer (1995 apud BÜRDEK, 2006, p.151),

Starck modifica e troca os papéis e as regras, pelos quais os produtos são projetados e utilizados. A relação de forma e função não é para ele uma relação funcionalista, que devemos seguir sem variação, é muito mais um cosmos de possíveis surpresas, no qual qualquer um pode se movimentar de forma lúdico-projetual, sem abrir mão da premissa da utilidade.

De acordo com Norman (2008, p.138), “o espremedor conta uma história. Qualquer pessoa que o possua tem de mostrá-lo, explicá-lo, talvez demonstrá-lo. Mas, saibam vocês, o espremedor não é realmente feito para ser usado para fazer suco”. Isso fica mais evidente, ainda, na versão especial de aniversário, banhada a ouro, a qual, segundo Norman (2008, p.138-139), é explícita: “‘Não é para ser usada como espremedor’, diz o cartão numerado que acompanha o espremedor. ‘O banho de ouro pode ser danificado se entrar em contato com qualquer coisa ácida’”. Norman (2008, p.139)conclui:

Comprei um espremedor caro, mas não posso usá-lo para fazer suco! Nota zero para o design comportamental. E daí? Orgulhosamente, exibo o espremedor no saguão da minha casa. Nota cem para a atração visceral. Nota cem para a atração reflexiva. (Mas eu o usei uma vez para fazer suco — quem resistiria?).

---

<sup>143</sup> O valor desse espremedor no site da Alessi é US\$100, sem considerar o frete. Disponível em: <<http://www.alessi-shop.com/ashop-us/cart.php>>. Acesso em: 21 fev. 2012.

<sup>144</sup> De acordo com Sudjic (2010, p.29), “em última análise, Starck tem só um truque, e é um bom truque: sua visão infantil do mundo”.



(1)



(2)

Figura 52 – Duas versões do espremedor de limão *Juicy Salif*, de Philippe Starck. Alessi, 1997.

(1) Versão limitada. Edição comemorativa, banhada a ouro. Disponível em: [http://lunarosa.multiply.com/photos/album/428/\\_Philippe\\_Starck\\_?&show\\_interstitial=1&u=%2Fphotos%2Falbum#photo=1](http://lunarosa.multiply.com/photos/album/428/_Philippe_Starck_?&show_interstitial=1&u=%2Fphotos%2Falbum#photo=1). Acesso em: 02 fev. 2012.

(2) Divulgação do espremedor como objeto de arte e decoração. Disponível em: [http://www.alessi.com/en/images/display/filename/%7Cimages%7Ccontent%7Cprojects%7C1055-1766\\_5.jpg/x/280/y/286.png](http://www.alessi.com/en/images/display/filename/%7Cimages%7Ccontent%7Cprojects%7C1055-1766_5.jpg/x/280/y/286.png). Acesso em: 02 fev. 2012

Embora a função prática do *Juicy Salif* seja bastante definida enquanto objeto utilitário (espremedor de limões), o material nobre, com o qual foram fabricadas algumas peças exclusivas (o ouro) ou o próprio alumínio, pouco convencional para objetos deste tipo, faz com que essa função seja negada<sup>145</sup>. O *Juicy Salif*, ao ser comercializado, tornou-se um objeto de culto e assumiu um caráter essencialmente escultórico e decorativo.

Ao ser exposto, por exemplo, como objeto de contemplação, conforme ilustrado no próprio site da Alessi, no qual a peça aparece apoiada sobre uma prateleira ao lado de outros objetos decorativos, dá-se sua ressemantização, ou melhor, a atualização da sua dimensão semântica: esse objeto é tanto de uso quanto artístico. Julier (2000, p.67, tradução nossa) se pergunta: “Este é um objeto de uso ou de contemplação? Deveria ser guardado num armário de

<sup>145</sup> No primeiro uso, o suco do limão reage com o alumínio, descolorindo-o e fazendo com que perca o seu brilho (JULIER, 2000, p.67).

cozinha ou ser exibido em uma prateleira?”<sup>146</sup>. Como se pode notar, não se trata de um produto multifuncional (tal como a multifuncionalidade é entendida nesta tese), mas o *Juicy Salif* é uma manifestação do hibridismo dos contextos e carrega dentro de si a hibridização dos significados, ou seja, o hibridismo semântico.

O espremedor de Starck representou um sucesso criativo para a Alessi, que consolidou sua nova imagem de produtora de objetos requintados e vanguardistas, portadores de conotações artísticas e capazes de conferir ao usuário um determinado status social<sup>147</sup>. A descrição que se encontra para o espremedor no site<sup>148</sup> da empresa é a seguinte:

Um dos primeiros projetos de Starck para a Alessi, concebido na segunda metade da década de 1980 (junto com o relógio de parede Walter Wayle II, a chaleira Hot Bertaa kettle e o escorredor de macarrão Max le Chinois). Um excelente exemplo do papel de mediação artística exercido pela Alessi nas áreas mais turbulentas do potencial criativo (...). Ele permanece inigualável em sua capacidade de gerar discussões sobre o seu significado e design, em parte devido ao seu uso não convencional ao qual semiólogos se referem como o véu decorativo, o qual embora geralmente de uma forma menos evidente, é inexoravelmente destinado a cobrir todos os objetos criados pelo homem. Para compreender totalmente o verdadeiro significado de sua existência, é possível se referir às teorias de Leroy-Gourham, quem considera a noção de aproximação funcional como fundamental. Esta noção sugere que há sempre um certo grau de liberdade na interpretação das relações entre forma e função: é precisamente este jogo da continuidade entre forma e função que leva ao véu decorativo mencionado acima, que Floch considera ser a manifestação do lendário e a dimensão estética do objeto, como originalmente definido por Greimas. Sendo o espremedor de frutas cítricas mais controverso do século 20, ele também se tornou um dos ícones do design da década de 1990, e continua sendo um dos artigos mais provocantemente inteligente no catálogo da Alessi<sup>149</sup> (tradução nossa).

<sup>146</sup> Do original: “*So is this an object of use or of contemplation? Should it be consigned to the kitchen cabinet or the lounge shelves?*”.

<sup>147</sup> Para Sudjic (2010, p.29), foi com “o aparelho Thomson, que ele [Philippe Starck] escolheu chamar de Jim Nature, [que ele] mostrou seu verdadeiro talento para jogar com as convenções do desenho industrial e os signos utilizados para sinalizar *status* e preço”.

<sup>148</sup> Disponível em: <<http://www.alessi.com/en/3/1055/kitchen-accessories/juicy-salif-citrus-squeezer>>. Acesso em: 08 dez. 2011.

<sup>149</sup> Do original: “*One of the first projects by Starck for Alessi, devised in the second half of the 1980s (with the Walter Wayle II wall clock, the Hot Bertaa kettle and the large Max le Chinois colander). An excellent example of Alessis role as artistic mediator in the most turbulent areas of creative potential (this was his response to our precise briefing for a stainless steel tray). It remains unparalleled in its ability to generate discussions about its meaning and design, partly because of its unconventional use of what semiologists refer to as the decorative veil which, even though generally in a less overt manner, is inexorably destined to cover all objects created by man. To fully understand the true*

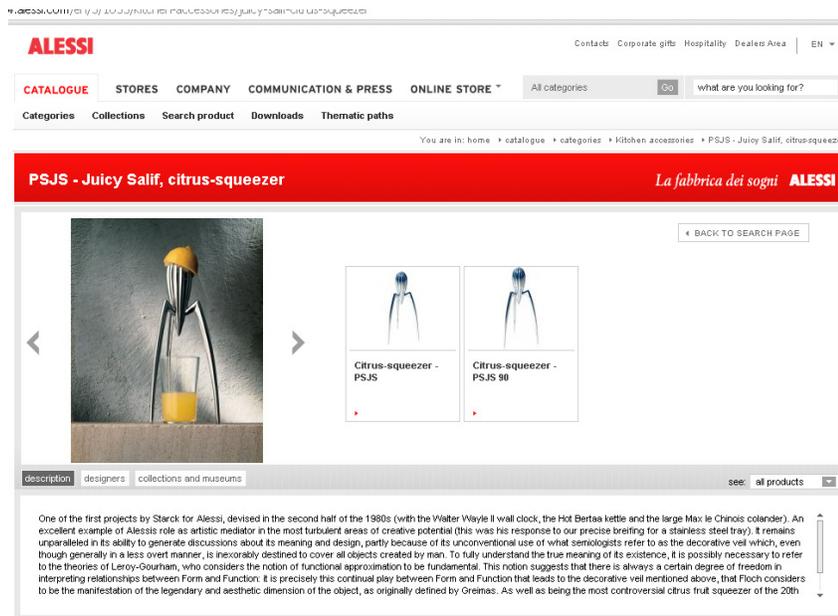


Figura 53 – Página do *Juicy Salif*, Alessi.  
Disponível em: <<http://www.alessi.com/en/3/1055/kitchen-accessories/juicy-salif-citrus-squeezer>>. Acesso em: 08 dez. 2011.

Para encerrar, cabe citar a crítica feita por Sudjic (2010, p.27) sobre a produção contemporânea de Starck:

Surpreendentemente, Starck, que já foi o designer mais badalado do mundo, que construiu uma carreira baseada tanto na força da sua personalidade quanto na dos objetos que desenha, não mudou. Continua trabalhando com a mesma fórmula, com base numa paleta decorativa bem-elaborada, em saltos de escala surrealistas, numa estilização antropomórfica<sup>150</sup> engraçadinha e no hábito enjoativo de tentar grudar nomes absurdamente impronunciáveis aos objetos do dia a dia. (...) Mas, aos cinquenta e poucos anos, Starck ainda tem a personalidade de um

*meaning of its existence, it is possibly necessary to refer to the theories of Leroy-Gourham, who considers the notion of functional approximation to be fundamental. This notion suggests that there is always a certain degree of freedom in interpreting relationships between Form and Function: it is precisely this continual play between Form and Function that leads to the decorative veil mentioned above, that Floch considers to be the manifestation of the legendary and aesthetic dimension of the object, as originally defined by Greimas. As well as being the most controversial citrus fruit squeezer of the 20th century, it has also become one of the icons of design of the 1990s, and it continues to be one of the most provocatively intelligent articles in the Alessi catalogue”.*

<sup>150</sup> Também de acordo com Carmel-Arthur (2000, p.12), “Em toda sua carreira, Starck recorreu ao consistente dispositivo pós-moderno de conferir qualidades antropomórficas aos produtos, domesticando-os, dando-lhes uma familiaridade algo perversa com o consumidor”.

garoto, procurando constantemente divertir os adultos com travessuras ousadas, e ainda dando uma olhadinha para ver se eles aprovaram. E eles aprovam mesmo.

Embora um tanto quanto ácida, a crítica dirigida a Starck somente ratifica sua produção semanticamente híbrida.

#### 7.4. iPhone, iPad e o hibridismo pragmático

iPhone e iPad — estes são dois dos produtos ícones dos processos de hibridização e da multifuncionalidade contemporânea. Quando conectados à Internet e aos satélites, eles se convertem em mídias locativas e exploram, ao máximo possível, as potencialidades da conectividade, mobilidade e ubiquidade<sup>151</sup>. Esses produtos são frutos de um pensamento que aponta para a convergência, tanto formal quanto funcional. Em última instância, são signos da era da cultura digital ou, como quer Lemos (2004), da “era da conexão [que] configura a cultura da mobilidade contemporânea”.

Tanto o iPhone como o iPad são produtos da Apple Inc., empresa fundada em 1.º de abril de 1976, em Cupertino, Califórnia, por Steve Wozniak, Ronald Wayne e Steve Jobs — o mais famoso de todos, uma personalidade que, mesmo depois de falecida, permanece como uma referência para a empresa. Inicialmente, nos seus primeiros trinta anos, ela se chamava Apple Computer, Inc., mas retirou a palavra *computer* em 9 de janeiro de 2007, a fim de não restringir, em seu próprio nome, na sua marca, o tipo de produto que fabrica, mesmo porque a empresa está permanentemente em expansão mercado de eletrônicos (LINZMAYER, 2004, p.1).

Foram os computadores Macintosh, com seus exclusivos sistemas operacionais Mac OS X e interfaces gráficas “amigáveis”, que deram visibilidade à Apple. O lema era: *Macintosh — The computer for the rest of us (Macintosh — O computador para todos)*. Com o desenvolvimento da interface gráfica, se descortinava um vasto campo de atuação para os designers gráficos e de mídias interativas (digitais). Assim, a Apple apresentava, pela primeira vez em um projeto consistente, a potencialidade multifuncional de uma tela de um

---

<sup>151</sup> De acordo com Santaella (2010), conectividade, mobilidade e ubiquidade são fatores que compõem a *ecologia pluralista da comunicação*.

computador, já ensaiada por outras empresas, como a Xerox PARC. De acordo com Johnson (2001, p.41, grifos do autor):

Mais que qualquer outra coisa, o que tornava o desktop do Mac original tão revolucionário era o seu *caráter*. Tinha personalidade, senso de humor. Exibia uma magistral integração de forma e função, é claro, mas havia também elementos de forma *gratuita*, arte pela arte. Janelas se abriam de estalo. Menus cintilavam. Podíamos alterar o padrão de nosso desktop, criar nossos próprios ícones. O Macintosh era de uso muito mais fácil que qualquer outro computador no mercado, e além disso tinha estilo.

Como se vê, a Apple iniciou suas atividades atuando em um mercado que vislumbrava o consumidor global, levando-se em conta as questões das subjetividades e dos desejos individuais que caracterizam os cidadãos contemporâneos. Isso faz também da empresa um paradigma para o recém-criado mundo da computação. Segundo O'Grady (2009, p.xii e xiii), a Apple é uma empresa revolucionária, pois: (1) inventou o computador de uso pessoal (o PC - *personal computer*); (2) fez do computador uma máquina fácil de usar; (3) desenvolveu softwares (programas) extremamente amigáveis, acessíveis através de uma interface gráfica; (4) tornou a Internet fácil de ser utilizada (e acessada); (5) criou os gerenciadores de mídia digital (iTunes, iPhoto e iMovie); (6) criou os reprodutores de mídia digital, com o iPod, iTunes e iPhone; (7) favoreceu o mercado e comércio de mídia digital; (8) popularizou as novas tecnologias, inclusive as mais avançadas; e (9) facilitou a comunicação.

Entre os produtos mais conhecidos da empresa está a linha dos iPods, reprodutores de mídias portáteis, e seu programa iTunes, para o qual a empresa vende *audiobooks* (livros em formato de áudio), filmes, jogos, músicas, programas de televisão e vídeos. Com a criação do iPhone, a Apple também entrou para o mundo da telefonia celular, dos *smartphones* (telefones inteligentes). O mais novo lançamento, apresentado em 27 de janeiro de 2010, é o iPad, um *tablet*, cuja segunda versão, de março de 2011, traz duas câmeras de vídeo acopladas. São esses dois últimos produtos que, sobretudo, se manifestam como híbridos multifuncionais.

O iPhone foi lançado há cinco anos, em 29 de junho de 2007. É um aparelho que, ao nascer, já havia uma demanda considerável, não importa se real ou fabricada. De acordo com a matéria intitulada *Apple sells one millionth iPhone (Apple vende o milionésimo iPhone)*, publicada no site da Apple, em 10 de setembro de 2007, em um período de apenas 74 dias após seu lançamento, o

aparelho vendeu um milhão de unidades<sup>152</sup>. Para fins de comparação, foram necessários dois anos para que a empresa vendesse um milhão de unidades do sucesso anterior, o iPod. Hoje, o iPhone está em sua quinta geração (iPhone 4S, lançado em 2011). Em apenas um final de semana após o lançamento, a empresa já contava com mais de quatro milhões de unidades vendidas do iPhone 4S, bem como aconteceu com o iPad 2.

Não há necessidade de retomar a história do telefone, para que se conte a história do iPhone. Caso fosse imprescindível, dever-se-ia também restaurar as raízes históricas das câmeras de vídeo, das calculadoras etc. O iPhone não é um celular convencional: é um híbrido, um aparelho multifuncional. Por falta de nome mais apropriado, tem sido chamado de *smartphone*, que pode ser considerado um telefone celular com as funcionalidades de um PDA (*personal digital assistant* [assistente pessoal digital]) ou *handheld* ou *palmtop* (computadores de mão).

No entanto, qualquer classificação ou nome que se busque para se referir ao iPhone, ou ao iPad, parece não dar conta, de fato, do que trata tal objeto. Os híbridos são assim: muitas vezes não há nomes para designá-los; ou porque ainda não foram inventados, ou porque qualquer nome que se dê não consegue defini-los em suas potencialidades múltiplas.

Referindo-se ao objeto cultural híbrido, Vargas (2004, p.2) evidencia a dificuldade de se precisar sua origem, pois sua constituição envolve processos de “fratura”, “deslocamento” e “transitividade”. Tais colocações, aplicadas ao campo dos produtos híbridos, revelam a dificuldade nomeá-los e de se precisar suas histórias:

O objeto cultural híbrido implica ideias de fratura, deslocamento e transitividade. Não é resultado de um aspecto, nem pode ser reduzido à unidade, mas mostra-se por várias facetas, cada uma delas concebida por fontes distintas e pouco delineadas, pois são também fruto de misturas. Por isso, o híbrido questiona as essências – substâncias com funções normalmente legitimadoras (VARGAS, 2004, p.2).

Formalmente, tanto os iPhones como os iPads podem ser reduzidos a paralelepípedos de finas espessuras, com as bordas e os cantos arredondados. Até se poderia dizer que se trata de produtos cuja materialidade formal ou estética é minimalista, para a qual a cor nem importa, pois pode ser alterada com a adição de acessórios como, por exemplo, uma capa protetora. Na realidade,

---

<sup>152</sup> Disponível em: <<http://www.apple.com/pr/library/2007/09/10Apple-Sells-One-Millionth-iPhone.html>>. Acesso em: 02 fev. 2010.

são as cores neutras que têm dominado a paleta de cores do acabamento final dos produtos da empresa que já teve uma maçã multicolorida como marca e computadores com cores cítricas ou “cores de pasta de dente”, expressão utilizada por Heskett (2008, p.53). Atualmente, as cores têm sido destinadas mais aos acessórios.

Em 1999, a segunda geração do iMac G3 apresentou cinco cores: verde, vermelho, roxo, azul e laranja. As cores (modelos) dos iBooks eram: *Tangerine*, *Blueberry*, *Graphite*, *Indigo* e *Key Lime*. Segundo Sudjic (2010, p.13), “lançado em 1999, a série iBook da Apple chegou e foi embora em sete anos, passando do frívolo cítrico ao preto sóbrio do MacBook”. Essa transição marca a passagem da Apple da produção de equipamentos científicos para objetos de consumo menos duráveis. Sudjic (2010, p.14) relata sua experiência: “o precursor imediato do Apple branco que eu tinha foi um aparelho de termoplástico de cor cítrica semitransparente que consagrou o nome de Jonathan Ive<sup>153</sup> como o Harley Earl<sup>154</sup> da era da informática”.

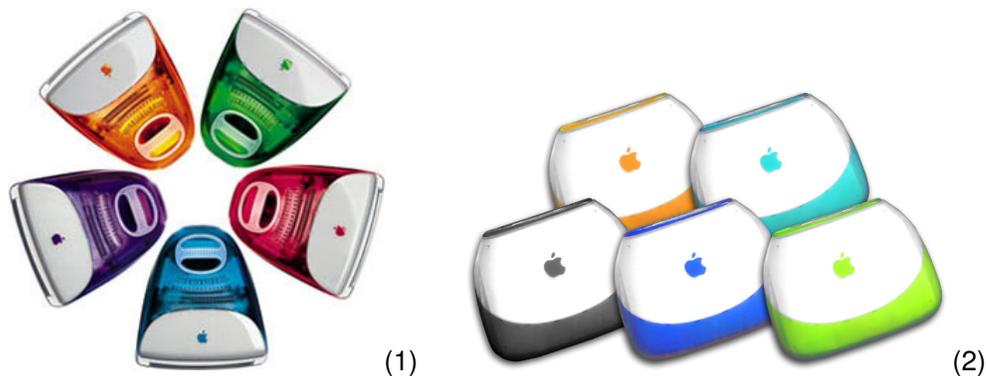


Figura 54 – Computadores de cores cítricas produzidos pela Apple Inc.

(1) iMac G3. Disponível em: <[http://ausweb.scu.edu.au/aw99\\_archive/aw99/graphics/imac.jpg](http://ausweb.scu.edu.au/aw99_archive/aw99/graphics/imac.jpg)>. Acesso em: 01 jan. 2012.

(2) iBooks. Disponível em: <[http://techcitement.com/admin/wp-content/uploads/2011/07/IBook\\_flavors.jpg](http://techcitement.com/admin/wp-content/uploads/2011/07/IBook_flavors.jpg)>. Acesso em: 01 jan. 2012.

<sup>153</sup> Designer britânico que se integrou à equipe da Apple Inc. em 1992 e promovido a líder do departamento de design industrial da empresa em 1996.

<sup>154</sup> “Earl foi o designer de Detroit responsável por fazer com que os carros tivessem um rabo de peixe mais alto a cada ano, na década de 1950” (SUDJIC, 2010, p.14).

A própria evolução da marca da empresa acompanha essa tendência do emprego das cores. De acordo com Linsmayer (2004, p.6), o primeiro logotipo, desenhado por Jobs e Wayne, já apresentava a maçã, e Newton também. Mas foi no fim dos anos de 1970 que o designer Rob Janoff foi contratado para criar a identidade visual da empresa. A proposta do designer foi ousada e inovadora: contra os logotipos das concorrentes IBM e Microsoft, o designer propôs uma maçã mordida, listrada com seis cores, como um arco-íris subversivo (abandonadas em 1998), como símbolo.



Figura 55 – Evolução da marca da Apple Inc.

Disponível em: <<http://4.bp.blogspot.com/-fNYhyf8t9Ng/TvCvQq4Dxjl/AAAAAAAAAx0/0Uhdzj2-gW8/s1600/apple.jpg>>. Acesso em: 01 jan. 2012.

A empresa apresenta, portanto, uma evolução coerente entre os símbolos e produtos: de *pop* a minimalista. Assim parte da maçã *pop* multicolorida e chega à maçã de prata; dos computadores cítricos, com formas curvas, ao iPhone ou iPad monocromáticos, neutros e minimalistas. Desde o MacBook, os traços utilizados nos produtos já se mostravam mais “comportados”. Ao analisá-lo, Sudjic (2010, p.16) afirma:

As origens do vocabulário estético do MacBook se aproximam muito do espírito da Bauhaus, que significava a geometria do cubo, da esfera e do cone. Para a última geração de seus produtos, a Apple tomou emprestado um padrão formal que sugere modernismo, integridade e uma nobre seriedade (em oposição ao caráter divertido de todo aquele plástico de cores cítricas que costumava vender).

Portanto, os iPhones e iPads seguiram nessa mesma estética e foram reduzidos, praticamente, a uma tela acrescida de não mais que meia dúzia de botões e aberturas, ao que Lemos (2004) chama de “teletudo”. E nota-se que a citação ao desenho industrial do início do século XX não está restrita à configuração desses aparelhos produzidos após os cítricos. As interfaces

projetadas, também, retomam um desenho tradicional. Chegam a ser emblemáticas as imagens que Sudjic (2010, p.32-33) apresenta no primeiro capítulo de seu livro, *Linguagem*, as quais estabelecem uma comparação entre a calculadora de Dieter Rams desenhada para a Braun<sup>155</sup> e o visual que Jonathan Ive deu aos produtos da Apple. Mas observa o autor: “enquanto Rams queria desenhar objetos que durariam para sempre, o iPhone original foi superado em seis meses” (SUDJIC, 2010, p.23).

Também é de destacar a análise gráfica de um iPad empreendida por Marcos Novak, apresentada na conferência intitulada *Cultures: augmented and diminished* (*Culturas: aumentada e diminuída*), no XV Congresso da Sociedade Ibero-americana de Gráfica Digital, realizado em Santa Fé, Argentina, em 2011. Sua análise aponta para um design baseado em simetrias e em um *grid* (grade) orientador, que sustenta a organização precisa das figuras sobre o fundo.



Figura 56 – Interfaces gráficas do iPhone e iPad.

(1) A calculadora do iPhone inspirada na calculadora Braun, dos anos de 1980. Disponível em: <<http://cdn.iphoneros.com/wp-content/uploads/2007/08/iphone-calculator.jpg>>. Acesso em: 01 jan. 2010.

(2) Análise gráfica da interface do iPad, por Marcos Novack. (Fotografia do *slide* projetado). Foto: do autor, 2011.

As formas do iPhone e iPad são sintéticas e nelas se dissolvem as formas de tudo que nelas cabem. Para esses aparelhos converge uma série de objetos: telefone celular, câmera fotográfica, rádio, televisão etc., os quais, formalmente,

<sup>155</sup> De acordo com Heskett (2008, p.53), “os designs que Rams desenvolveu para a empresa Braun ao longo de mais de 40 anos, até meados da década de 1990, tinham formas simples e geométricas, eram predominantemente brancos com detalhes em preto e cinza e cores primárias usadas apenas em detalhes pequenos (...). A estética consistente estabelecida ao longo dos anos pela Braun foi uma das maiores influências no design de utensílios domésticos no final do século XX (...)”.

deixam de ser eles mesmos; ao se fundirem em um único produto, perdem-se os arquétipos e restam apenas as funções, agora hibridizadas. As afirmações de Sudjic (2010, p.86) vão nesse mesmo sentido:

Mas o telefone celular, se este for pelo menos o nome certo para chamar esse objeto específico, está dispensando toda uma gama de objetos que tinham cada qual seu arquétipo. A câmera pré-digital evoluíra ao longo de cinquenta anos, assim como o rádio e o relógio de pulso, para produzir uma linguagem formal bem-definida e sólida. Todas as pistas visuais que esses dispositivos já ofereceram para lidar com questões funcionais complexas estão agora ausentes em suas formas de telefone celular, que dependem do domínio de uma interface que é parte alfanumérica e parte de navegação.

Em muitos casos de produtos híbridos, sequer é possível estabelecer um arquétipo, dado o seu caráter múltiplo. Sudjic (2010, p.85), quando aborda a questão dos arquétipos dos objetos afirma que há categorias de objetos para as quais ainda não se criaram arquétipos. Um exemplo utilizado pelo autor é a categoria do telefone celular, à qual se pode admitir pertencer o iPhone, ainda que ele seja muito mais do que isso. De acordo com Sudjic (2010, p.85), “o telefone é uma forma tão complexa e interessante exatamente porque está em metamorfose constante, de um formato a outro, e promiscuamente agregando funções”.

Mas não se deve entender “forma” utilizada pelo autor no sentido da materialidade, pois, ela tem se reduzido cada vez mais e se tornando, praticamente uma interface gráfica, em uma tela sensível a múltiplos toques (*multitouch*), cada vez mais fina, mais leve e mais potente. Inclusive, em alguns casos, tem-se a usabilidade comprometida. Seja como for, esses produtos propiciam o acesso à informação diretamente com a ponta dos dedos, cuja metáfora é a manipulação da informação com as próprias mãos, sem sequer demandar a existência de algum periférico visível entre a interface onde está a informação e o homem, como, por exemplo, um mouse (uma extensão do corpo humano, uma prótese).

Gomes Filho (2006, p.59) ao apresentar algumas considerações sobre o design do telefone, observa:

O caso do telefone celular está se tornando muito especial, em termos de diversos usos específicos, em razão do extraordinário avanço das tecnologias digitais, dos sistemas de comunicação e do conceito e possibilidade de miniaturização (a tal ponto que quase não dava mais para diminuir seu tamanho, sob pena de inviabilizá-lo ergonomicamente). O interessante é que depois de muito esforço para torná-lo pequeno, ao contrário, ele agora está voltando a crescer em razão da incorporação de outros produtos de uso, tais como: máquina fotográfica, filmadora, televisor, computador (e-mails, games, acesso à internet etc.), que

obviamente requerem uma tela um pouco maior, compatível para leitura. Assim, em função de sua categoria, tipo e modelo (subordinado ao seu desempenho funcional e operacional), a configuração ergonômica e estético-formal do celular está, cada vez, dando margem a diversificadas opções e soluções de design.

Do aspecto formal passa-se ao significado. Da dimensão sintática à semântica. Sem dúvida, grande parte do significado dos produtos da Apple está na própria solução formal, na configuração dos objetos, nas decisões projetuais dos designers. São os designers quem criam as novas formas, as quais, ao entrarem em circulação, imediatamente, tornam as anteriores obsoletas. Esse é o caminho para a sobrevivência da empresa, nas palavras de Sudjic (2010, p.14):

A Apple acha que o caminho para sua sobrevivência num mundo dominado pelos programas de Bill Gates e pelos componentes físicos chineses é usar o design como isca para transformar seus produtos em alternativas almejadas para o que seus concorrentes estão vendendo. Espera vender menos máquinas, mas cobra mais por elas. Isso envolve sedução em série. A empresa precisa tornar seus clientes tão sedentos por um novo produto que joguem fora o último a cada dois anos.

É notório que a Apple sempre investiu em design e faz dele um aliado para atrair a atenção de um público fiel-consumidor que, para além do interesse por produtos de qualidade (e de fato os produtos Apple o são), são interessados na marca e que, de algum modo, com ela se identifica. Johnson (2001, p.42) lembra de que “a bem-humorada interface do Mac falava para uma gente diferente: tipos mais joviais, criativos, novos pensadores e iconoclastas. Comprar um Mac era uma expressão de identidade individual (...)”. Isto não se perdeu. Ter um iPhone ou um iPad significa poder dar uma dentada naquela maçã. Eles são produtos que conferem status social. Nesse mesmo sentido, Tarouco et al. (2010, p.9) afirmam que o iPhone

(...) é portador de uma estética *clean* e da identidade visual comum a todos os produtos Apple: formas simples e arredondadas, requinte nos materiais, uso das cores. Trata-se de uma síntese original e tecnologicamente avançada de forma e função que por sua vez, transmite um significado inconfundível, veiculado pela marca Apple e por sua comunicação eficaz. Muito mais que um aparelho capaz de “conectar dois pontos de um mesmo fio”, o iPhone confere status aos seus proprietários, introduzindo-os ao “mundo Apple”, frequentado por consumidores que compartilham dos mesmos valores.

Portanto, além dos aspectos funcionais, os produtos da Apple são apreciados por seus valores culturais, por sua dimensão semântica. Afinal, de acordo com Niemeyer (2006, p.100),

outros fatores determinantes na apreciação de um produto são as suas qualidades simbólicas, como marca corporativa, e interesses de usuários, englobando cultura e experiências pessoais. Essas relações e evocações são portadoras fundamentais da identidade pessoal e social do destinatário do produto. Com elas o ser humano reconstrói, a cada momento, a sua leitura de mundo. Em face dessa leitura ele se situa, se localiza e é frente ao mundo. Esta orientação é fundamental para que ele se conheça, se reconheça, se sinta parte, enfim integre-se.

Mas é do ponto de vista pragmático que esses produtos predominantemente se revelam como manifestações híbridas. Em pouco tempo, os telefones tornaram-se portáteis, converteram-se em celulares e deixaram de ser exclusivamente telefones. Convém lembrar que o primeiro teste de comunicação portátil aconteceu em 1973 e que foi o advento da tecnologia digital que fez dos celulares, aparelhos de múltiplas funções e dotados de vários recursos, dentre os quais se destacam o acesso à internet e as possibilidades de envios de mensagens de texto, de fotos e de vídeos. Uma observação apresentada por Tarouco et al. (2010, p.4), aponta que, a partir de então, a atuação dos designers se viu ampliada:

Desta maneira, o campo de ação do design na telefonia se ampliou incrivelmente, passando a incorporar toda uma série de funções, espaços e momentos de uso antes impensáveis – do download de *ringtones* e fundos de tela via Internet, a serviços de envio de informações, até a criação de comunidades virtuais que podem ser acessadas via telefone. Estas mudanças abriram novos espaços para os *designers* contemporâneos, que ganham possibilidade de ação sobre este novo universo “expandido” do telefone, para além das características tecnológicas, funcionais e estéticas.

Afinal, quais são as funções de um iPhone ou iPad? Não há uma resposta que abarque todas as possibilidades, senão dizer que se trata de um produto híbrido multifuncional. Além das funções determinadas pelos periféricos que já vêm acoplados, como, por exemplo, câmeras digitais, entradas e saídas de áudio (espécies de caixas de som e microfones) e compartimentos para chips de telefonia móvel, muitas outras podem ser incorporadas adicionando-se outros periféricos, ou, ainda, há uma infinidade de funções que poderão ser desempenhadas por tais aparelhos mediante a instalação de softwares específicos<sup>156</sup>.

---

<sup>156</sup> Grande parte da multifuncionalidade desses produtos está relacionada ao acesso à internet. De acordo com Motta (2010, p.112), “A Internet pode, muitas vezes simultaneamente, cumprir as funções da TV, cinema, imprensa, rádio, telégrafo e telefone, assim como pode utilizar-se dos canais de transmissão destas *mídia* e operar com suas linguagens”

De acordo com a matéria intitulada *As múltiplas faces do smartphone*, publicada pela revista *Veja* em 7 de março de 2012, são nove as “funções providenciais que o smartphone é capaz de assumir, levando em conta os aplicativos disponíveis para os três principais sistemas operacionais: o iOS, da Apple, o Android, do Google, e o Windows Phone, da Microsoft”: scanner, calculadora, câmera espiã, monitor de câmeras de segurança, leitor de códigos de barras, controle remoto universal, máquina de cartão de crédito, roteador sem fio e lanterna (AS MÚLTIPLAS FACES DO SMARTPHONE, 2012, p.116-117).

Também Tarouco et al. (2010, p.9) apresentam um rol de funções para um iPhone:

O iPhone reúne em um único aparelho diversas funções, que por sua vez são atreladas a um universo de significados e que estão todas coerentes e consonantes com o posicionamento da marca Apple junto a seu público consumidor. Além de telefone, o iPhone é também calculadora científica, interface para acessar a Internet (navegação entre páginas e correio eletrônico), despertador, GPS, suporte a funções corporativas e iPod, tocador de música e vídeos.

Ainda, de acordo com Sudjic (2010, p.85),

o mesmo objeto físico é a um só tempo câmera, telefone convencional e sistema de mensagem de texto. Pode também funcionar como relógio de pulso, diário, caderno de endereços, gravador de voz, tocador de música e rádio. E há também toda uma gama de outros papéis, não premeditados, que pode executar, desde detonador improvisado de artefatos explosivos a rastreador secreto dos movimentos das pessoas.

E não importa que, como o próprio autor afirma: “Não surpreende que muita gente nunca vá além de usar um telefone celular com uma quantidade absurda de especificações apenas como telefone” (SUDJIC, 2010, p.86). Afinal, eles são aparelhos potencialmente híbridos, mas é o ser humano quem ainda está no controle e pode decidir fazer deles o que bem entender. Desafiando os designers, os usuários, que atuam, sobretudo na dimensão pragmática dos objetos, podem, ao seu bel prazer, transformar um iPad dos mais sofisticados em um simples peso de papel. E, até mesmo neste caso extremo, tal produto ainda se apresenta como uma manifestação híbrida.

## 8. A linguagem híbrida do design



*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*

(PEIRCE, 1980, p.99).

## 8. A linguagem híbrida do design

Ao longo desta tese, foram expostos o referencial e os pressupostos teóricos que lhe dão lastro, o percurso metodológico traçado no projeto de pesquisa e remodelado pelo próprio ato de pesquisar, as leituras e análises empreendidas e a tipologia da linguagem híbrida do design como uma resposta ao problema inicialmente colocado. Cumpre, agora, retomar o cabedal de questões apresentadas, generalizando-as e abstraíndo-as, sintetizando os argumentos que anunciam o conhecimento novo, em conjunto com a sua fundamentação teórica e científica.

Também, neste capítulo, são abertas novas perspectivas decorrentes da investigação, porém ainda não explicitamente abordadas, como o caso da latência dos hibridismos. Ao fim, conclui-se que o design híbrido apresenta-se como uma visão de mundo coerente com a sociedade contemporânea, complexa e indelevelmente marcada pelas linguagens híbridas e pelos processos de hibridização.

### 8.1. Sobre a tipologia da linguagem híbrida do design

#### 8.1.1. Fundamentos e aplicações

Conforme exposto no capítulo introdutório, são duas as premissas desta tese: (1) *design é linguagem* e (2) *as linguagens na contemporaneidade têm-se manifestado cada vez mais por meios híbridos*. Tais premissas constituem-se como verdades, a partir das quais se assenta a hipótese de que *os hibridismos no campo do design se manifestam através da linguagem dos produtos, revelando-se por meio das formas, dos significados e das funções*. Foi essa a hipótese que se ratificou com a pesquisa e que, neste relatório, buscou-se demonstrar com a apresentação da tipologia da linguagem híbrida do design.

De fato, com a apresentação da referida tipologia, atinge-se plenamente o *objetivo principal* da pesquisa, qual seja *evidenciar os substratos lógicos dos processos de hibridização no design*. A proposição de tal tipologia parte da convicção de que há raízes lógicas que determinam os processos de formação

de híbridos no campo do design, mais especificamente, que há raízes lógicas que constituem a linguagem híbrida do design. Não se trata de impor regras, mas, em consonância com as inspiradoras palavras de Peirce, apresentadas na epígrafe deste capítulo, buscou-se desenvolver razões cuja força pode ser sentida e que pesem para o campo do design.

As considerações tecidas por Plaza (2003, p.89) a respeito de sua tipologia das traduções intersemióticas são válidas para presente proposição:

Quando dizemos tipologia, não queremos evidentemente nos referir a uma grade classificatória de tipos estanques que deve funcionar de modo fixo e inflexível, mas nos referimos, isto sim, a uma espécie de mapa orientador para as nuances diferenciais (as mais gerais) [...]. Aliás, não estamos aqui senão atuando em correspondência com o mesmo espírito que guia a organização das tipologias de signos formuladas por Peirce.

Como bem afirmou Santaella (2001, p.29), a semiótica ou lógica “tem por função classificar e descrever todos os tipos de signos logicamente possíveis”. Portanto, é na semiótica de Peirce, e de seus seguidores, que se fundamenta a tipologia da linguagem híbrida do design.

Faz-se necessário ressaltar que a construção dessa tipologia tem como uma de suas fontes de inspiração as matrizes da linguagem e pensamento propostas por Santaella (2005a) e é, de certa forma, tributária das reflexões envolvidas em sua concepção, uma vez que as matrizes constituem “um mapa para leitura das raízes dos hibridismos” (SANTAELLA, 2005a, p.30). O propósito que guiou a elaboração do sistema classificatório da autora foi criar um patamar intermediário entre os conceitos peirceanos e as linguagens manifestas, de tal forma que as matrizes

possam servir de mediação entre a teoria peirceana e a semiótica aplicada, funcionando como um mapa orientador muito flexível e multifacetado para a leitura de processos concretos de signos: um poema, um filme, uma peça musical, um programa de televisão, um objeto sonoro, e todas as suas misturas tais como podem ocorrer na hipermídia (SANTAELLA, 2005a, p.29-30).

No entanto, Santaella (2005a, p.30) não pretendeu fornecer elementos para a leitura da especificidade de cada um desses processos concretos de signos, pois, de acordo com a autora, “isso pode ser encontrado no interior das teorias que são particulares a cada linguagem tais como a teoria literária, as teorias do filme, musicologia etc.”. É justamente essa lacuna que a tipologia aqui proposta pretende suprir: ser um patamar entre os conceitos semióticos e as linguagens híbridas manifestas no campo específico do design. Trata-se, portanto, de uma articulação entre os pressupostos teóricos da semiótica e do

design, para a construção de uma tipologia que se insere com maior propriedade no âmbito da semiótica aplicada ao design, ou ainda, da semiótica do/no design.

A tipologia da linguagem híbrida do design e as matrizes da linguagem e pensamento possuem um nível menor de abstração que o nível de abstração dos conceitos peirceanos, o que facilita a aplicação direta na leitura e análise das linguagens manifestas, e são, por isso mesmo, “extrapolações das categorias fenomenológicas universais de Peirce, expandidas na sua teoria e classificação dos signos” (SANTAELLA, 2005a, p.29). Porém, a tipologia diferencia-se das matrizes, uma vez que a flexibilidade que ele apresenta para leitura dos processos concretos de signos está restrita às manifestações híbridas no campo do design, embora a tipologia seja ampla o suficiente para abarcar todas as modalidades desse campo.

A tipologia proposta é decorrente da investigação de como os processos de hibridização se constituem no campo do design e se apresenta como um instrumento tanto para leituras e análises de quaisquer produtos, quanto para a ação projetual na contemporaneidade. A tipologia serve tanto como um mapa orientador para classificação e compreensão dos substratos lógicos subjacentes à linguagem dos produtos postos em circulação, conforme apresentado no capítulo anterior, quanto um repertório intelectual ao qual os designers podem recorrer no ato da projeção de produtos que se manifestem como híbridos, valendo-se da descrição dos tipos como argumento que embasa seus projetos, conforme pode-se verificar na experiência metodológica desenvolvida ao final da pesquisa e relatada no apêndice desta tese.

### **8.1.2.As bases lógicas da tipologia da linguagem híbrida do design**

Analisados dentro do campo do design, verifica-se 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 supracitada, a qual se apresenta através de uma tipologia, cujos tipos principais são: (1) *hibridismo sintático*, (2) *hibridismo semântico* e (3) *hibridismo pragmático*.

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, 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. Logo, é de se destacar que a tipologia evidenciada encontra sua fundamentação lógica na semiótica de Peirce.

	<b>1</b> <b>Hibridismo Sintático</b>	<b>2</b> <b>Hibridismo Semântico</b>	<b>3</b> <b>Hibridismo Pragmático</b>
<b><i>Categorias universais peirceanas</i></b>	Primeiridade	Secundidade	Terceiridade
<b><i>Dimensões semióticas da linguagem</i></b>	sintática	semântica	pragmática
<b><i>Funções dos produtos</i></b>	estética	simbólica	prática
<b><i>Tríade dos elementos do design</i></b>	forma	significado	função

Quadro 4 – Quadro das correlações entre as matrizes constitutivas da linguagem híbrida do design.

Fonte: do autor.

A partir desse quadro, explicita-se 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.

Para ilustrar graficamente a interdependência entre os tipos de hibridismos (sintático, semântico e pragmático) e os elementos da tríade do design (forma, significado e função) descrita acima, apresenta-se uma releitura do gráfico<sup>157</sup> proposto por Nadin (1990, p.7), agora aplicado à tipologia da linguagem híbrida do design.

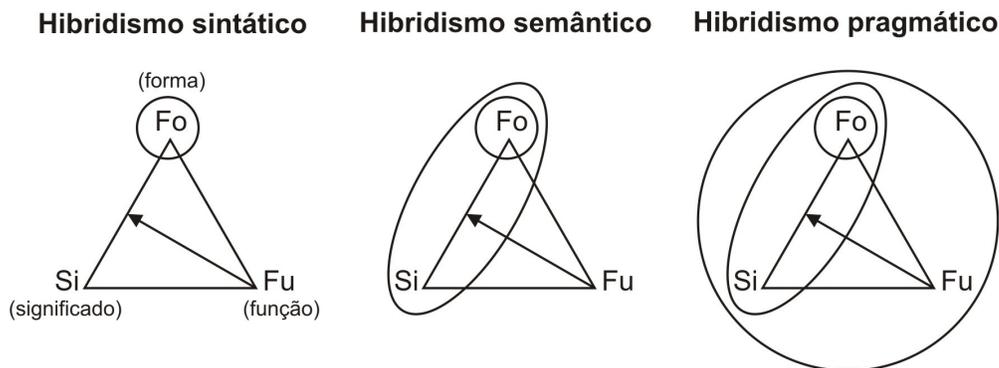


Figura 57 - Esquema das relações entre os tipos de hibridismos e os elementos da tríade do design.

Fonte: Releitura do autor. Fonte original: Nadin (1990, p.7).

Essa é a lógica geral da formação dos híbridos no campo design. Porém, logo a partir das primeiras leituras e análises de produtos do design empreendidas na pesquisa, verificou-se a necessidade de subdividir os três principais tipos de hibridismos que se evidenciavam, de tal forma que contemplasse, mais de perto e em seus pormenores, os distintos processos de hibridização que se revelam. A arquitetura dos tipos nasceu, então, das possibilidades lógicas de se relacionar os elementos da tríade do design (forma, significado e função) entre si, respeitando a lei do inclusivo, conforme apresentada no próximo quadro.

<sup>157</sup> Deve-se resaltar que a posição dos elementos do signo nos gráficos varia de acordo com os diversos autores. Nesta tese, optou-se, em detrimento da homogeneidade e do paralelismo iconográfico como um todo, por mantê-los na posição original apresentada pelos autores. Também nos gráficos redesenhados pelo autor desta tese, buscou-se respeitar os originais. Preferencialmente, segue-se o modelo de signo apresentado por Ogden & Richards (1972, apud Coelho Netto, 1983, p.56).

Assim como Niemeyer (2003, p.47), referindo-se às categorias dos signos, afirma que “as combinações dos termos são determinadas por possibilidades lógicas que as distinções teóricas permitem”, também se pode ratificar que os tipos de hibridismos existentes se fundamentam na lógica de que “um terceiro pressupõe um segundo, que pressupõe um primeiro” (NIEMEYER, 2003, p.47). A partir da transposição da referida lei ao contexto do design, pode-se dizer que a função pressupõe um significado, que pressupõe uma forma.

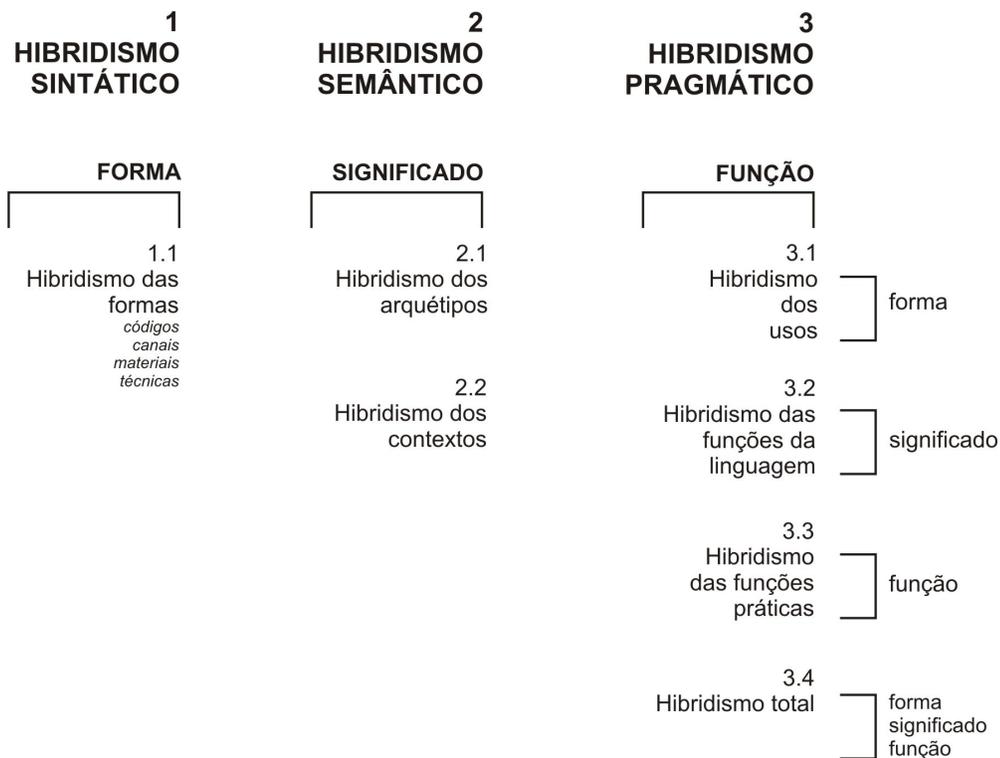


Figura 58 – Tipologia da linguagem híbrida do design.  
Fonte: do autor.

Apesar de se descortinar diferentes tipos de *hibridismo sintático (1)*, todos eles encontram-se manifestos unicamente na dimensão da forma. Trata-se do *hibridismo das formas (1.1)* que se revela por meio dos *hibridismos dos códigos, dos canais, dos materiais e das técnicas e tecnologias*. Já o *hibridismo semântico (2)* se divide em duas possibilidades. Embora o *hibridismo dos arquetipos (2.1)* se apresente, em primeira instância, no âmbito do significado,

deixa-se contaminar por questões que dizem respeito à forma. O *hibridismo dos contextos* (2.2) foca-se, plenamente, na questão do significado. Por fim, são quatro os tipos de *hibridismo pragmático* (3). Todos os tipos pautam-se nos aspectos das funções, no entanto o *hibridismo dos usos* (3.1) contamina-se pelas questões da forma e o *hibridismo das funções da linguagem* (3.2) deixa influenciar-se pelo significado. É o *hibridismo das funções práticas* (3.3) que se foca prioritariamente nas questões da função, enquanto o *hibridismo total* (3.4) agrega questões que tangenciam a forma, o significado e a função.

Essa lógica apresenta-se ainda mais evidente por meio do próximo gráfico, o qual foi construído a partir de três círculos que se interseccionam, criando subgrupos formados por contaminações de grupos maiores. Os subtipos dos hibridismos, embora se apresentem no interior de um tipo maior, de um dos tipos principais de hibridismo, carrega traços dos processos da contaminação dos tipos adjacentes. O emprego das cores primárias que se mesclam para compor as secundárias, as quais se fundem no centro do gráfico para compor um hibridismo total é oportuno para traduzir imagetivamente (metaforicamente) os substratos lógicos dos processos de hibridização manifestos nos produtos do design.

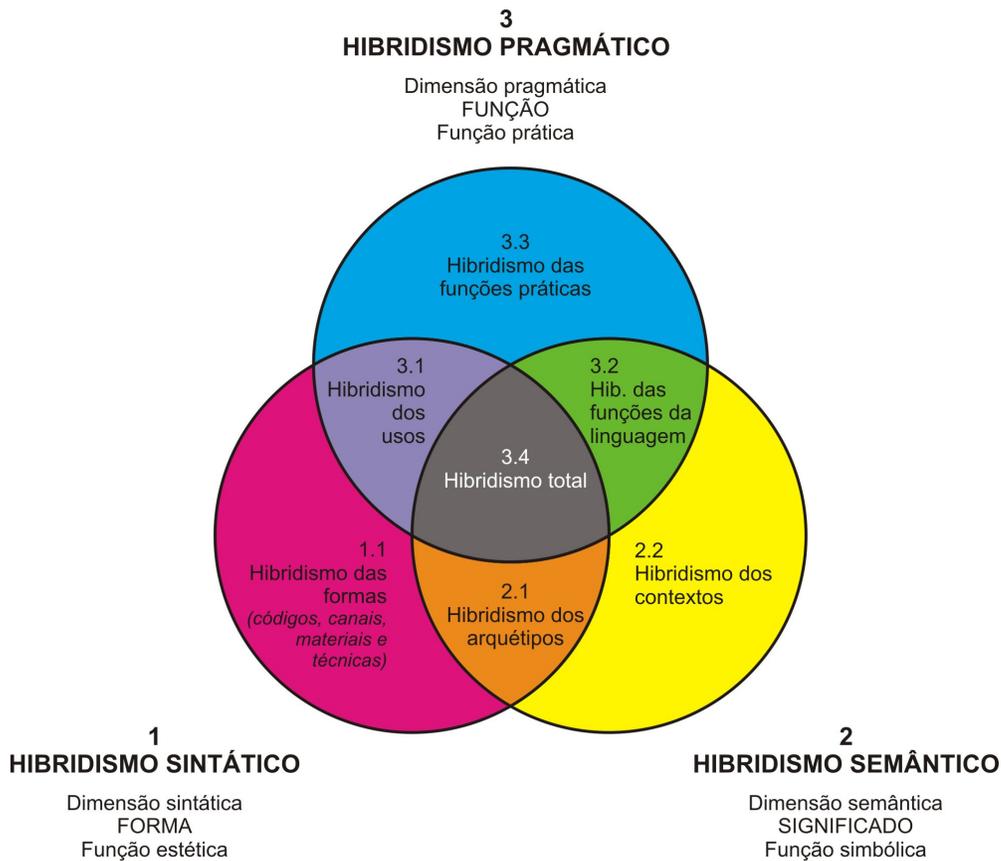


Figura 59 – Diagrama da tipologia da linguagem híbrida do design.  
Fonte: do autor (2012).

Pode-se mencionar que, assim como escreveu Santaella (2005a, p.411) “toda profusão diferenciada de signos com que vivemos a cada dia, hora e instante de nossa vida, não é senão fruto de misturas sem fim e combinações imprevistas de um número finito de modalidades, cuja lógica semiótica busquei delinear”, uma das conclusões que se extrai desta tese é que todas as manifestações híbridas no 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 buscou-se delinear.

Também vale reforçar que, conforme se buscou apresentar, a lógica de estruturação da tipologia da linguagem híbrida do design é a mesma do signo

peirceano. Pode-se dizer que a tipologia nasceu, ao longo da pesquisa, como uma resposta natural ao problema colocado, 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”.

A saída para o problema colocado via semiótica deve-se, também, às seguintes ponderações de Ferrara (1993, p.227-228):

A semiótica é um instrumento de identificação e de leitura do mundo moderno nos seus desdobramentos de linguagens e símbolos.

Dupla identificação e explicação: de um lado, o mundo como linguagem a interferir nos processos de conhecimento e de formação de mentalidades, de outro, a própria natureza desses processos. De um lado, a semiótica para entender, logicamente, os processos da linguagem e dos seus signos constitutivos; de outro, a estrutura do conhecimento científico e da ciência propriamente dita.

Enquanto lógica, a semiótica precisa formalizar-se, equacionar-se sistematicamente, a fim de superar o contínuo e o homogêneo dos hábitos cotidianos. Condição para o hábito, a realidade apresenta-se como homogênea, sem relevos ou ênfase nos seus elementos constitutivos, a formalização científica supõe criar, a partir da realidade vista como homogênea, uma estrutura heterogênea que permita enfatizar igualdades e perceber diferenças.

Esse esforço leva a semiótica a definir-se na ordem do heterogêneo, na qual há espaços para igualdades e diferenças, daí decorrem as classificações responsáveis pelo caráter normativo da lógica da linguagem: as famosas categorias cenopitagóricas<sup>158</sup> criadas por Peirce. Porém, nesse sistema de ordem, os elementos mais atraentes, do ponto de vista científico, são os que não se classificam facilmente, porque perfilam pontos ou problemas contraditórios.

É justamente sob esta denominação de “elementos atraentes” que se enquadram as manifestações híbridas do design, as quais são instigantemente atraentes e desafiadoras para o olhar científico, justamente porque não se deixam classificar facilmente.

Por fim, cabe ressaltar que, com essa arquitetura de tipos de hibridismos propostos, suas nomenclaturas e descrições, não se define simplesmente a tipologia da linguagem híbrida do design em si mesma, uma vez que os tipos podem, inclusive, variar de analista para analista, mas evidencia-se a tipologia como forma ordenada de um processo lógico. Em última instância, cumpre dizer

---

<sup>158</sup> De acordo com Peirce (apud QUEIROZ, 2004, p.43) “todos os elementos da experiência pertencem a três classes, que, desde que são melhor definidas em termos numéricos, podem ser chamadas de categorias cenopitagóricas”.

que os tipos apresentados podem até ser refutados, mas o que não se pode negar é a lógica subjacente aos processos de hibridização nesta tese revelada.

### **8.2.A latência do hibridismo e os deslizamentos na forma, no significado e na função**

Uma das conclusões desta tese é que o hibridismo participa ontologicamente da linguagem do design, ou seja, está presente em todos os produtos desse campo. Se assumido como verdadeiro o postulado de Santaella (2005a) de que todas as linguagens são híbridas, deve-se considerar que híbridos também são todos os produtos do design. Tal afirmativa decorre da análise de que não há produtos puros. Assim, deve-se assumir que todos os produtos, em algum grau, manifestam algum tipo de hibridismo, pois esta é a própria lógica subjacente da linguagem híbrida do design: misturas que se realizam no âmbito das dimensões semióticas e que se evidenciam na tríade forma, significado e função.

Portanto, a assertiva de que todo produto do design é híbrido pode ser considerada como um truísmo, pois, mesmo quando os produtos não se revelam explicitamente como híbridos, eles apresentam um hibridismo latente, em vias de se manifestar. Sempre algum tipo de hibridismo é capaz de se revelar ou se desenvolver quando as circunstâncias são propícias, mediante uma intervenção do usuário.

O hibridismo, quando não explícito, existe em seu estado virtual, que tende a ser atualizado por obra do usuário. Todos os produtos do design são, portanto, virtualmente híbridos. Lévy (2003, p.15) faz constar que

a palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se (...). Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes.

Esse hibridismo virtual ou latente se faz constante porque todos os produtos são passíveis de sofrer deslizamentos na forma, no significado e/ou na função. Todos os produtos podem ter alterados sua forma (ser reformado ou deformado), seu significado (ser ressignificado ou ter seu significado apagado), ou sua função (ser reutilizado [ou “refuncionalizado”] ou ter sua função negada).

Deslizamento significa mudança, mutação. No campo da linguística, o deslizamento de sentido “consiste em fazer passar uma palavra para outra

categoria sem mudança de forma”, como, por exemplo: “passagem do infinitivo ou do adjetivo ao emprego substantivado: o *beber* e o *comer*, o *doce* e o *amargo*” (DUBOIS, 2004, p. 178, grifos do autor). Os deslizamentos são entendidos, no âmbito desta tese, como transformações não programadas, não projetadas. Os deslizamentos são decorrentes das apropriações particularizadas e/ou criativas, de iniciativa dos usuários. Logo, verifica-se que é a partir dos deslizamentos que os produtos se atualizam, subvertem o projeto original, e revelam seu potencial híbrido. Ou seja, com os deslizamentos, há uma passagem do estado de latência para a manifestação concreta do hibridismo. Lembra-se que latência é a propriedade de estar oculto ou latente; refere-se àquilo que não se vê, mas que existe ou está subentendido.

E é justamente por trazer em si essa latência, que os produtos escapam, ainda que parcialmente, das mãos dos próprios designers. Uma vez postos em circulação, os produtos se destinam a cumprir suas funções projetadas, bem como a atualizar-se segundo apropriações imprevistas. As apropriações podem ser sugeridas pelos designers ao longo da configuração dos produtos, porém jamais poderá o designer prever como, de fato, um determinado produto será utilizado (ou atualizado).

Descortinam-se, então, dois modos diferentes de hibridismo no design: o virtual (latente) e o concreto. Em todos os objetos está o hibridismo virtual, pois é inerente à linguagem do design. Vale dizer que, independentemente da vontade do designer, os produtos são dotados de um hibridismo latente. Ao contrário do hibridismo virtual, o hibridismo concreto pode ser projetado. Portanto, foi sobre os hibridismos concretos que as leituras e análises empreendidas nesta tese se debruçaram. Somente os hibridismos concretos se deixam classificar. É somente quando da atualização do hibridismo virtual, que o hibridismo se manifesta concretamente.

Seja como for, porém, o hibridismo somente se realiza no uso. É também pelo uso que, às avessas, um produto concebido como híbrido, por exemplo, um *smartphone*, atualiza-se como um produto monofuncional, se apenas utilizada uma única de suas funções. Tudo depende do usuário. Afinal, de acordo com Norman (2008, p.254), “todos somos designers”.

Todos somos designers. Nós manipulamos o meio ambiente para que ele sirva melhor às nossas necessidades. Seleccionamos que coisas queremos comprar e quais queremos ter ao nosso redor. Construimos, compramos, arrumamos e reestruturamos: tudo isso é uma forma de design. Quando consciente e deliberadamente reorganizamos objetos em nossas escrivatinhas, a mobília de nossa sala de visitas e coisas que mantemos em nossos carros, estamos criando projetos de design. Por meio desses

atos pessoais de design, transformamos as coisas e espaços de outro modo anônimos e ordinários da vida quotidiana, em nossas próprias coisas e lugares. Por meio de nossos designs, transformamos casas em lares, espaços em lugares, objetos em pertences. Embora possamos não ter controle sobre o design de muitos objetos que compramos, temos o controle real sobre quais selecionamos e como, onde e quando eles deverão ser usados (NORMAN, 2008, p.254-255).

Depreende-se dessas observações que, embora o hibridismo se manifeste também, analiticamente, nas dimensões sintática e semântica, é somente pela dimensão pragmática que se concretiza; somente quando do cumprimento das funções dos produtos (estética, simbólica e prática). Assim como um signo somente se completa na Terceiridade, também o hibridismo se concretiza no uso, pois ele é, em última instância, da ordem da Terceiridade.

Toma-se, como exemplo, um clipe metálico. Um objeto trivial, concebido com um único material, de significado supostamente de fácil apreensão, cuja função prática é prender papéis. No entanto, um clipe é um objeto virtualmente híbrido. Ao se alterar a forma de um clipe, pode-se alterar, ainda que em parte, seu significado e, também, é possível modificar a sua função projetada. Conforme levantado na experiência metodológica levada a cabo na pesquisa, pode-se deformar (ou transformar) um clipe, atribuindo-lhe uma nova forma (hibridismo sintático latente) ou desviar sua função (hibridismos pragmático latente) e, mesmo assim, continuar cumprindo (também) a função de prendedor de papéis; ou um clipe de papel pode, por exemplo, se converter em uma mini-escultura (hibridismo semântico latente), ser utilizado para “abrir” cadeados ou para fixar as correias (alças) de um chinelo, ou ainda, quando associados uns aos outros, os cliques podem gerar acessórios, como pulseiras, brincos ou colares.

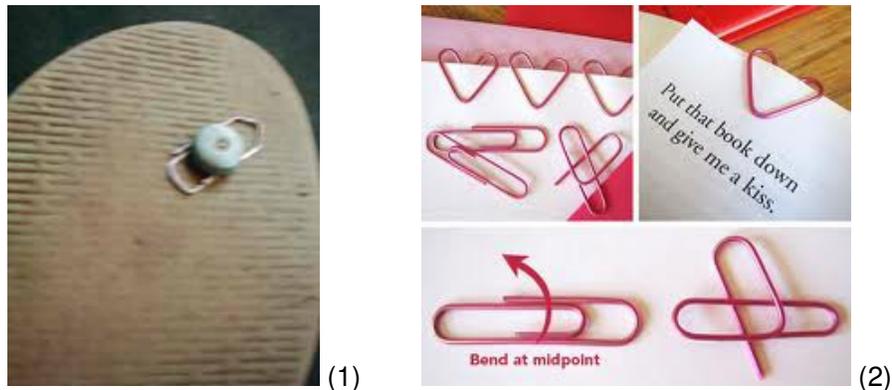


Figura 60 – Clipe de papel: um produto híbrido.

(1) Clipe como fixador de correias (alças) de um chinelo. Fonte: Boufleur (2006, p.43).

(2) A deformação de um clipe. Disponível em: <<http://t1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTjqfyJVJ67airPylQamllZ6sZFJA1FiphmG7Q90yETuefbJgl3b2qMTzPD>>. Acesso em: 05 fev. 2012.

Nesse mesmo sentido, também um lápis, assim como quaisquer produtos do design, pode ser considerado como um produto virtualmente híbrido. De acordo com Sudjic (2010, p.85-86), um livro, objeto muito simples, oferece, em alguns aspectos, uma combinação de funções: “você simplesmente acrescenta um lápis apontado e ele se torna um registro, uma agenda, uma base de dados e um diário”. Um livro pode também, em situações menos esperadas e até inusitadas, cumprir a função de um peso de papéis, um calço de uma mesa ou de suporte para apoiar monitores de computador, ajustando-os, ergonomicamente, à altura dos olhos do usuário.

Como se vê, a latência do hibridismo pragmático se apresenta no deslizamento da função, no uso subvertido, imprevisto ou inesperado. É especificamente sobre essa questão que se trata a pesquisa de mestrado de Boufleur (2006), intitulada *A questão da gambiarra: formas alternativas de produzir artefatos e suas relações com o design de produtos*.

Embora Juez (2002, p.80), ao abordar algumas questões sobre o uso dos produtos, o relaciona com uma consciência participativa, referindo-se ao fato de a relação uso-utensílio-usuário ser conformada por associações cognitivas culturalmente estabelecidas, há que se ponderar que o usuário tem a possibilidade de romper, ele mesmo, tal ligação. Nesse sentido, desestabiliza-se

a relação mais óbvia e fragmenta-se a lógica até então convencional. Reordena-se o uso, redireciona-o.

A latência do hibridismo semântico está sempre presente, pois é enorme a “flexibilidade com que as pessoas conseguem imputar sentido a objetos e então produzir significados com base neles” (CSIKSZENTMIHALYI e ROCHBERG-HALTRON, 1981 apud HESKETT, 2008, p.45). Em *O significado das coisas*, Csikszentmihalyi e Rochberg-Haltron (1981 apud HESKETT, 2008, p.45) concluem:

Quase qualquer coisa pode passar a representar uma série de significados. Não que as características físicas de um objeto tenham definido o tipo de sentido que ele pode transmitir, embora essas características frequentemente emprestem a esse objeto alguns significados em detrimento de outros; e tampouco as convenções simbólicas de uma cultura decretam que significado pode ou não ser obtido da interação com determinado objeto. Ao menos potencialmente, toda pessoa pode descobrir e cultivar uma rede de significados resultantes de suas experiências de vida.

Por fim, cabe citar que a teoria literária dialógica de Bakhtin<sup>159</sup> articula a ideia de que o significado só emerge em relações dialógicas com o outro. Assim, também o design se concretiza em função do outro — esta é uma compreensão contemporânea<sup>160</sup>. O reconhecimento da latência do hibridismo parte de uma postura contemporânea, e se impõe em um momento em que já não cabe a proposição um projeto-padrão para um homem-padrão, um projeto completamente predeterminado para um homem-tipo universal. Hoje, reconhece-se que o projeto é polifônico e é sempre um devir, uma obra aberta, pois está a serviço da múltipla e complexa sociedade contemporânea.

---

<sup>159</sup> De acordo com Farbiarz, A.; Farbiarz, J. e Nojima (2006, p.69, grifos dos autores), “o autor parte do dialogismo, conceito constitutivo da linguagem, tomando por pressuposto que só é possível se pensar a linguagem como algo que atravessa os indivíduos provocando um processo dialético, uma forma de interação. Seguindo esse viés, a linguagem responde a algo e fala para algo. O *eu* e o *outro* são, então, constituintes do processo discursivo. Os interlocutores são concomitantemente autores e atores do discurso, já que a percepção do *outro* é parte integrante do discurso do *eu*. Os autores ainda lembram que “um conceito que está atrelado ao dialogismo de Bakhtin é o de polifonia” (FARBIARZ, A.; FARBIARZ, J. e NOJIMA (2006, p.70).

<sup>160</sup> É dentro dessa mesma visão contemporânea que Kac (2004) propõe uma leitura sobre o potencial dialógico da arte eletrônica.

### 8.3.Design híbrido para uma sociedade contemporânea e complexa

Abordar o design como uma linguagem possibilita também conceituá-lo historicamente, sob um ponto de vista que foca os meios de produção. Ao compreender o design como um processo de configuração dos objetos, Bomfim (2005, p.2-3) propõe a divisão dessa história em quatro períodos marcantes: (1) fase da maestria dos artesãos, (2) fase do desenvolvimento das manufaturas; (3) fase da industrialização; (4) momento pós-industrial ou pós-moderno, assim definidas:

(1) *momento da maestria dos artesãos*: a tradição das corporações de ofício e a arte dominaram a produção artesanal de objetos únicos;

(2) *desenvolvimento das manufaturas*: criação das primeiras academias e arte e as *schools of design* (criação de formas, segundo princípios técnicos e normas de sucessivos estilos artísticos), bem como a produção de pequenas séries de produtos;

(3) *industrialização*: substituição da arte pela ciência como fundamento no processo de configuração;

(4) *momento “pós-industrial” ou “pós-moderno”*: marcado pela *síntese original*, característica dos três momentos anteriores.

De acordo com Bomfim (2005, p.2), essas fases características são “definidas de acordo com os princípios teóricos que fundamentam a práxis e os meios utilizados para a produção de objetos”. Portanto, esses períodos são intimamente marcados pelas linguagens que expressam. Vale citar que, segundo Plaza (2003, p.10), a tradução intersemiótica, que pode também ser entendida como um processo de hibridização, “sofre influência não somente dos procedimentos de linguagem, mas também dos suportes e meios empregados, pois que neles estão embutidos tanto a história quanto seus procedimentos”.

Dessa periodização proposta por Bomfim (2005), também se pode apreender que o design, por ele chamado de “pós-industrial” ou “pós-moderno”, o qual é referido nesta tese como contemporâneo, é marcado pelos processos de hibridização. E é este design híbrido que responde grande parte das demandas de uma sociedade também dita complexa. Costa (2010, p.83, grifos do autor), ao abordar o tema da complexidade, afirma que

se consultarmos Edgar Morin, o pensador da complexidade nas ciências humanas, acharemos que a *complexidade* é, num primeiro momento, etimologicamente um tecido (*complexus*: o que é tecido junto), “*de constituintes heterogêneas inseparavelmente associadas*” que nos colocam “o paradoxo do uno e do múltiplo” [(MORIN, 2007, p.133)]. Em segundo lugar, ela é a própria malha de eventos, acasos e “*determinações*

*que constituem nosso mundo fenomênico*” e aí ela se apresenta nos traços do “emaranhado do inextrincável, da desordem, da ambiguidade, da incerteza”.

Ao utilizar a complexidade como um conceito para interpretação da sociedade contemporânea, Demo (2002, p.25 apud COSTA, 2010, p.82, grifo nosso) constata:

vemos a sociedade como dinâmica não linear, *complexa*, ambígua e ambivalente. A realidade é campo de forças, no sentido de que é intrinsecamente dinâmica. Não precisa de impulso externo para ir-se. Move-se por impulso próprio, e dentro de forças contrárias. A unidade de contrários é especificada pela não linearidade: tratando-se de “caos estruturado”, apresenta faces lineares, mas sua tessitura é profundamente não linear.

É a partir dessas colocações que Costa (2010, p.82) afirma que, “no contexto social amplo, a linearidade muitas vezes se camufla hibridizando-se”. E, na contemporaneidade, tudo se hibridiza: linguagens, culturas, comunicações, artes e o próprio design. Não somente os produtos são híbridos, mas também híbridas acabam sendo as pessoas e as suas residências. Moraes (2008, p.98) faz um exercício interessante:

Vamos supor uma casa equipada com os seguintes produtos: as poltronas da sala de estar da empresa Cassina, da Itália; as cadeiras interlocutoras da Thonet, da Áustria; a televisão da Sony, do Japão; a cozinha tipo americana, com eletrodomésticos Braun, da Alemanha; no escritório, móveis da Knoll Internacional, dos Estados Unidos, com fax Toshiba, do Japão, e computador americano da Apple. Os quartos têm móveis da B&B, da Itália, e o banheiro, louças inglesas. Você saberia dizer onde essa casa se localiza? Certamente, em qualquer país do mundo onde o proprietário tenha um certo nível cultural e considerável situação financeira.

Na base desse exercício imaginativo, mas completamente pertinente, está a constatação de que a sociedade contemporânea manifesta-se, ao menos no âmbito das possibilidades, como híbrida, multicultural, globalizada, informada e informatizada. Sobre essa sociedade, para a qual informação e conhecimento são seus produtos e bens de grande valor, Moraes (2008, p.70) escreve:

A sociedade pós-industrial se estabelece com a esperança de tolher de vez a brutalidade da fadiga física e da massificação humana, da standardização e da sincronização do tempo. Na era pós-industrial, o *slogan* deixa de ser “Tempo é dinheiro”; passa a ser “Ideia é dinheiro”. Destacam-se, nesta nova era pós-industrial, empresas e produtos gerados nos Estados Unidos: a IBM, a Apple, a Intel, a Panasonic, a Microsoft, a NBC, a ABC e CNN. Projetos como os dos ônibus espaciais Columbia, Challenger e Discovery sucederam o projeto Apollo, que levou o homem à Lua. E ainda, produtos como satélites para telecomunicações, tevês a cabo, *personal computers*, *notebooks*, telefones celulares e um grande repertório de produtos interativos de informação e de lazer.

Como se pode notar, o design híbrido se apresenta como resultado de um mundo contemporâneo, complexo, o qual, nas palavras de Bonfim (2005), é marcado por uma síntese original do momento da maestria dos artesãos, do desenvolvimento das manufaturas e da industrialização. Esta síntese original do tempo, sua manipulação, fragmentação e reconstituição, está na base do que Agamben (2009, p.72) denomina contemporaneidade:

[O contemporâneo] (...) é também aquele que, dividindo e interpolando o tempo, está à altura de transformá-lo e colocá-lo em relação com os outros tempos, de nele ler de modo inédito a história, de “cita-lá” segundo uma necessidade que não provém de maneira nenhuma de seu arbítrio (...).

É por isso que, segundo Moura (2005, p.7), o design híbrido relaciona diversas linguagens, procedimentos e mídias. Moura, a esse respeito, conclui:

O design híbrido além de relacionar diversas linguagens, procedimentos e mídias, caminha no sentido de atingir todos os sentidos humanos e integrar diferentes campos de saber, rompendo com a distância e os muros existentes entre estas áreas. Arquitetura, engenharia, moda, música, urbanismo se integram e se somam, rompendo com valores e padrões há muito estabelecidos e constituindo o *design híbrido, próprio da contemporaneidade* (MOURA, 2005, p.7, grifos nossos).

## 9. Considerações finais



*A característica fundamental do pensamento científico está no fato de que todas as suas conclusões devem estar fundamentadas em evidências. A teoria científica interpreta a evidência. Na base dessa interpretação, reconhece-se que a evidência se refere a algum objeto real. Os fundamentos, assim como as conclusões que são deles inferidas, não podem ser privados. Devem ser públicos e submetidos à crítica da comunidade científica. Nenhuma conclusão, nenhuma teoria científica é infalível, pois elas são sempre interpretações das evidências. Assim sendo, evidências, conclusões e teorias devem ser submetidas a correções e revisões, seja porque uma nova evidência coloca em dúvida a anterior, seja porque novos métodos e novos instrumentos produzem evidências melhores e mais precisas, seja ainda porque a teoria baseada em evidência entra em conflito com alguma outra teoria melhor fundamentada, ou mais compreensiva ou mesmo mais elegante (Savan 1994a: 183)*

(SANTAELLA, 2005a, p.31).

## 9. Considerações finais

Nesta tese, que com este capítulo se encerra, foi exposta toda a trajetória de uma pesquisa sobre a linguagem híbrida do design, desde os procedimentos metodológicos até a ratificação da hipótese, fundamentação e explicitação da tese propriamente dita. Cabe agora, à guisa de conclusão, revisar as principais considerações.

### 9.1.Principais considerações

No primeiro capítulo, foi apresentada a metodologia da pesquisa, enfatizando-se a adequação da abordagem transversal entre design, linguagem, comunicação e semiótica para o estudo dos processos de hibridização manifestos nos produtos do design. Também se justificou a adoção da semiótica como campo teórico estruturador e metodológico da investigação. O que se buscou explorar, com as primeiras palavras, foi que o design, enquanto um fenômeno de linguagem, assim como a ciência da comunicação, encontra, na semiótica, “não apenas uma fundamentação teórica, mas, sobretudo a definição do seu objeto e um modo de enfrentar a manifestação comunicativa no mundo” (FERRARA, 2008, p.189).

No segundo capítulo, foi exposta a conceituação que alicerça a principal premissa desta tese: *design é linguagem*. Ressaltou-se que a noção de linguagem que se adotou na investigação foi aquela mais ampla, que contempla, além dos signos verbais, os signos não verbais. Portanto, não se tratou de, metaforicamente, conceber o design como uma linguagem análoga à linguagem verbal, mas de compreender que, enquanto manifestação perceptível, o design é pensamento e, também, uma forma simbólica; é ideologicamente informado e se materializa como visões de mundo. Mediante as considerações desse capítulo, conclui-se que o design conta a história de uma sociedade, a qual o condiciona e, por ele, é condicionada.

No terceiro capítulo, foi construído um panorama que mostrou como o termo híbrido, um vocábulo polissêmico e polivalente, saiu do reduto biológico e se converteu em uma categoria de análise da sociedade contemporânea. Tratou-

se de evidenciar como, nos dias de hoje, mistura, heterogeneidade e multiplicidade tornaram-se palavras de ordem. Destacou-se que as linguagens também têm se deixado contaminar expressamente pelos processos de hibridização que se manifestam nos diversos âmbitos da cultura, dentre os quais estão as comunicações, as artes e o design. Por fim, foram problematizados os limites dos hibridismos e definida a delimitação do termo “híbrido” e suas variações nesta tese.

No quarto capítulo, foram relacionados os aportes teóricos para o estudo da linguagem híbrida do design. A partir de uma operação teórico-metodológica, adotou-se os produtos do design como signos e, à luz das categorias universais peirceanas, revelou-se as inter-relações entre as dimensões das linguagens, as funções dos produtos e o que se chamou de tríade do design.

A tipologia da linguagem híbrida do design foi apresentada no quinto capítulo. Fundamentada na semiótica peirceana e nas dimensões da linguagem, a tipologia evidenciada se coloca como um mapa bastante flexível para a leitura e análise, e também projeção, de produtos híbridos. Ao se postular que todos os processos de hibridização manifestos no campo do design se dão no âmbito das dimensões das linguagens, descortinou-se a existência de três tipos principais de hibridismos: sintático, semântico e pragmático. Hibridismos esses, que se subdividem segundo as possibilidades de misturas que se manifestam nas formas, nos significados e nas funções dos produtos.

No sexto capítulo foram apresentadas três análises de produtos do design contemporâneo, as quais os revelam como se manifestam em casos concretos os hibridismos sintático, semântico e pragmático. O percurso para a leitura e análise semiótica dos produtos foi descrita, para que se evidenciem os passos dados. Ressaltou-se que a leitura e análise semiótica foi auxiliada pela análise do conteúdo e do discurso dos (e sobre os) produtos em questão. Logo, deve-se ponderar que as citações diretas, embora sejam por vezes demasiadas, foram necessárias para o processo analítico empreendido, o qual se efetivou, também, a partir das vozes de outros analistas.

No sétimo capítulo, apresentou-se a tese propriamente dita. Ratificou-se a hipótese e concluiu-se que, ontologicamente, o hibridismo está presente na linguagem do design e que toda a profusão diferenciada de hibridismos nesse campo se dá no âmbito das dimensões semióticas dos produtos. Produtos esses, que não são senão frutos de misturas e combinações que se reduzem a três tipos principais: hibridismo sintático, hibridismo semântico e hibridismo pragmático.

## 9.2. Alcances e projeções

Sucintamente, pode-se afirmar que, a partir da pesquisa relatada, na qual se lançou um olhar sobre a produção do design contemporâneo, conclui-se que, ontologicamente, o hibridismo está presente na linguagem dos produtos. Ou seja, todos os produtos do design, independentemente de modalidade a qual pertençam, manifestam-se como portadores de algum tipo de hibridismo. Tal conclusão, trilha o caminho da ratificação da hipótese que se fundamentou nas premissas de que o design é linguagem e que, na contemporaneidade, as linguagens têm se manifestado por meio de hibridismos.

Nesta tese, buscou-se evidenciar os processos semióticos de hibridização no campo do design que, frequentemente, são empregados de modo implícito, intuitivo e automaticamente. Logo, tratou-se de apresentar uma possível resposta para uma demanda contemporânea: compreender a lógica da ininterrupta proliferação de signos híbridos no âmbito do design. Buscou-se uma tipologia que permite ler os signos híbridos e “dialogar com eles em um nível um pouco mais profundo do que aquele que nasce da mera convivência e familiaridade” (SANTAELLA, 2005c, p.xiv).

Parafraseando Santaella (2005a, p.411), pode-se dizer que, por meio da tipologia evidenciada e suas aplicações propostas, atingiu-se o objetivo principal da pesquisa: evidenciar a lógica subjacente aos processos de hibridização no design contemporâneo. Acredita-se, assim, ter ficado, nesta tese, demonstrada a hipótese de que a linguagem híbrida do design se manifesta por meio das dimensões semióticas dos produtos e se concretiza em suas formas, significados e funções. Portanto, por trás da aparente diversidade de processos de misturas possíveis para a constituição de produtos híbridos, há somente três tipos básicos de hibridismo: sintático, semântico e pragmático.

Buscou-se, também, com o estudo das linguagens híbridas do design, uma contribuição para revelar o design por meio da tríade forma, significado e função, suas interpenetrações e evidenciar as misturas presentes nas manifestações híbridas. Ressalta-se, assim, conforme mencionou Walther-Bense (2000, p.90), a contribuição da semiótica para o campo do design:

Assim como a estética se ampliou, por meio de considerações semióticas, de uma teoria numérica para uma teoria mais abrangente, assim também a teoria do design pode transferir-se, com a ajuda dos meios semióticos, de uma teoria estritamente técnico-matemática ou estético-numérica para uma teoria mais geral, que inclua, juntamente com a materialidade e funcionalidade técnica bem como com a determinação numérica de

estados estéticos, também a instituição, o uso, a utilidade e a função comunicativa dos objetos do design.

Com o emprego da semiótica como referencial teórico e metodológico, apresenta-se uma possível resposta para a crítica elaborada por Frascara (2008, p.93) quando afirma que, “mais que uma estratégia para a construção de mensagens, a semiótica foi elaborada como uma ferramenta para a sua análise, e normalmente não se ocupou de públicos específicos”. O que se propôs nesta tese, foi a explicitação da lógica dos processos de hibridização no design, por meio da evidenciação da tipologia da linguagem híbrida do design, a qual se mostra útil tanto para leitura e análise das manifestações híbridas, quando um mapa teórico orientador para a projeção. Trata-se, portanto, de uma proposta circunscrita num âmbito específico — o do design —, e também voltada para a projeção.

Cumpre, ainda, ressaltar que, para além dos alcances desta tese, estão as possibilidades de seus desdobramentos. De acordo com Moura (2011, p.59-60),

(...) não basta desenvolver teses, construir pesquisas se essas ficarem restritas aos nossos arquivos pessoais. Tem que se dar voz a pensamentos e reflexões contidos em uma pesquisa, não apenas a voz do autor, mas a outras vozes com quem esse autor dialoga e discute. Disseminar, divulgar a pesquisa, nos meios disponíveis, implica em que outros pensamentos e vozes poderão fazer eco à questão abordada e a questões germinadas poderão se emaranhar ou se expandir exponencialmente gerando outras hipóteses, outros problemas, outras concepções, outras pesquisas, outros objetos.

Já que o foco da pesquisa realizada esteve voltado para a produção contemporânea, apresenta-se como um possível desdobramento, uma investigação sobre os processos de hibridização manifestos na história do design. Um outro desdobramento vislumbrado é a investigação, à luz da tipologia da linguagem híbrida do design, focada nos processos de deslisamentos da forma, do significado e da função empreendidos tanto por designers quanto por usuários. Também, acredita-se que a aplicação da tipologia evidenciada em contextos de projeção, diferentes daquele no qual se deu experiência metodológica relatada no apêndice, possa contribuir com reflexões e argumentos para a construção de uma teoria dos híbridos no campo do design, a qual está apenas esboçada nesta tese.

## 10. Referências



*[...] quem somos nós, quem é cada um de nós senão uma combinatória de experiências, de informações, de leituras, de imaginações? Cada vida é uma enciclopédia, uma biblioteca, um inventário de objetos, uma amostragem de estilos, onde tudo pode ser continuamente remexido e reordenado de todas as maneiras possíveis*

(CALVINO, 2007, p.138).

## 10. Referências

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento de; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. **Retórica do design gráfico: da prática à teoria**. São Paulo: Blucher, 2010.
- ANTONELLI, Paola. **Mutant materials in contemporary design**. 1995. Disponível em: <<http://www.mutantmaterials.com/>>. Acesso em: 02 fev. 2011.
- ARANTES, Priscila; ANTONIO, Jorge Luiz. As fronteiras entre o design e a arte. In: AAVV. **Faces do design**. São Paulo: Rosari, 2003. p.129-143.
- ARGAN, Giulio Carlo. A história na metodologia do projeto. **Revista Carmelo**, n.6, São Paulo: FAU/USP, 1992, p.156-170.
- \_\_\_\_\_. **Projeto e destino**. 3. imp. São Paulo: Ática, 2004.
- ARMENGAUD, Françoise. **A pragmática**. São Paulo: Parábola, 2006.
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora: nova versão**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- AS MÚLTIPLAS faces do smartphone. **Veja**. São Paulo, ano 45, n.2259, p.116-117, 7 mar. 2012.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 12. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2007.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **The dialogical imagination: four essays**. Austin: University of Texas Press, 1981.
- \_\_\_\_\_. **Questões de literatura e estética**. A teoria dos romances. São Paulo: Unesp, 1988.
- \_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BANHAM, Reyner. **Teoria e projeto na primeira era da máquina**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. A comunicação humana. In: FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004. p.23-53.
- BARROS, José D'Assunção. **Cidade e história**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- BARROS, José Márcio. **Cultura e comunicação nas avenidas de contorno em Belo Horizonte e La Plata**. Belo Horizonte: Editora PUC-Minas, 2005.
- BARTES, Roland. **Mitologias**. 3. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2007.

- BASTIAN, Winnie. **Moda e design: confluências e convergências**. 2008. Dissertação (Mestrado em Moda, Cultura e Arte) – Centro Universitário Senac, São Paulo, 2008a.
- \_\_\_\_\_. Moda e design: rumo ao hibridismo?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo, SP. **Anais...** São Paulo, SP: AEND Brasil, 2008b. p.1877-1889.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'água, 1991.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (edits.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BICUDO, Marcelo. **Design líquido, comunicação interespaçial e arquitetônica**. 2008. 304 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- \_\_\_\_\_. **O design híbrido na escala de comunicação humana**. 2003. 126 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.
- BENSE, Max. **Pequena estética**. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- BLINKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. São Paulo, Ática, 1985.
- BOUFLEUR, Rodrigo. **A questão da gambiarra: formas alternativas de produzir artefatos e suas relações com o design de produtos**. 2006. 148 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura, Urbanismo e Design) – São Paulo, Universidade de São Paulo, 2006.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. **Algumas palavras**. 2005. 13 p. Inédito.
- \_\_\_\_\_. 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, p.27-41, dez. 1997.
- \_\_\_\_\_. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. **Estudos em design**, Rio de Janeiro, edição especial, p.51-57, jan. 2001.
- BONSIEPE, Gui. **Design do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

- BRAIDA, Frederico. **Um estudo da semiose do design nos sites oficiais das capitais do sudeste brasileiro**. 2007. 166 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2007.
- \_\_\_\_\_. Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação possível. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 5., 2009, Bauru, SP. **Anais...** Bauru, SP: PPGDesign – FAAC – Universidade Estadual Paulista, 2009. p. 2167-2174.
- BRAIDA, Frederico; ABAD, Gisela; PONTE, Raquel. Os sistemas híbridos do Design: despertando os sentidos. In: Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 5., 2009, Bauru, SP. **Anais...** Bauru, SP: PPGDesign – FAAC – Universidade Estadual Paulista, 2009. p.2197-2204.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. A semiose do design no site oficial da cidade de São Paulo. In: SIMPÓSIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 2., 2008, São Paulo. **Anais...**, São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008a.
- \_\_\_\_\_. **Aportes teóricos para uma abordagem do Design como fenômeno de linguagem**. 2010a. Inédito.
- \_\_\_\_\_. Design para os sentidos e o insólito mundo da sinestesia. In: PAINEL REFLEXÕES SOBRE O INSÓLITO NA NARRATIVA FICCIONAL, 7.; ENCONTRO NACIONAL O INSÓLITO COMO QUESTÃO NA NARRATIVA FICCIONAL, 2, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Publicações Dialogarts, 2011. p.216-230.
- \_\_\_\_\_. La imagen y el imaginario urbanos de la era de la cultura digital: dos representaciones del Rio de Janeiro (Brasil) en el ciberespacio. In: JORNADAS IMAGINARIOS URBANOS, 9., 2007, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: Escola de Posgrado – FADU – UBA, 2007a.
- \_\_\_\_\_. Por uma maior articulação entre som, imagem e texto na produção do Webdesign. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SENAC São Paulo, 2008b. p.3815-3819.
- \_\_\_\_\_. Por uma metodologia de análise dos aspectos simbólicos e comunicacionais do design das cidades digitais. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 4., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPEDesign, 2007b.
- \_\_\_\_\_. **Quatro pressupostos para a linguagem do design**. 2010b. Inédito.
- \_\_\_\_\_. Representações das cidades no meio virtual: arte e tecnologia na produção

- de imagens das cidades. In: SEMINÁRIO ARTE & CIDADE, 2., 2008. **Anais ...** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2008c.
- \_\_\_\_\_. Um estudo da dimensão semântica do signo “ovo” aplicado ao Design Gráfico: uma prática em sala de aula. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SENAC São Paulo, 2008d. p.1969-1979.
- \_\_\_\_\_. Websites insólitos ou o insólito como estratégia de construção das cibercidades: o papel dos webdesigners na representação das cidades. In: PAINEL DO INSOLITO COMO QUESTÃO NA NARRATIVA FICCIONAL, 5.; ENCONTRO NACIONAL DO INSOLITO COMO QUESTÃO NA NARRATIVA FICCIONAL, 1., 2009, Rio de Janeiro. **Caderno de Resumo do V Painel/ I Encontro Nacional do Insólito como Questão na Narrativa Ficcional.** Rio de Janeiro: SEPEI: LABSEM: UERJ, 2009.
- BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos.** São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- BURKE, Peter. **Hibridismo cultural.** São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio: lições americanas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CAMPOS, Gisela Belluzzo de. Arte, design e linguagem visual. In: MOURA, Mônica (org.). **Faces do design 2: ensaios sobre arte, cultura visual, design gráfico e novas mídias.** São Paulo: Rosari, 2009. p.65-79.
- CAMPOS, Jorge Lucio de. **Do simbólico ao virtual: a representação do espaço em Panofsky e Francastel.** São Paulo: Perspectiva; Rio de Janeiro: UERJ, 1990.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais.** São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- CARAMELLA, Elaine. **História da arte: fundamentos semióticos: teoria e método em debate.** Bauru, SP: EDUSC, 1998.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** 2. ed. 1. reimp. São Paulo: Edigard Blücher, 2005.
- CARMEL-ARTHUR, Judith. **Philippe Starck.** São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana.** São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Filosofia das formas simbólicas: a linguagem.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. A era da Informação: economia, sociedade e cultura. v.1. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- CAUDURO, Flávio Vinicius. Pós-modernidade e hibridizações visuais. **Em questão**, Porto Alegre, v.13, n.2, p.273-283, jul.-dez. 2007.
- CEIA, Carlos (coord.). **E-dicionário de termos literários**. 2010. Disponível em: <<http://www.edtl.com.pt>>. Acesso em: 05 jan. 2011.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHAUÍ, Marilena de Souza. **Convite à filosofia**. 12. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- \_\_\_\_\_. **O que é ideologia**. 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CHING, Francis. D. K. **Arquitetura, forma, espaço e ordem**. 4. tiragem. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- CHOMSKY, Noam. **Reflexões sobre a linguagem**. São Paulo: Cultrix, 1980.
- CIPINIUK, Alberto. Forma. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008, p.191-195.
- CIPINIUK, Alberto; PORTINARI, Denise. Sobre métodos de design. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006. p.17-38.
- COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008.
- COELHO NETTO, José Teixeira. 2. imp. **Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo**. São Paulo: Perspectiva, 1983.
- COLLINS, Michael. **Alessi**. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.
- COSTA, Carlos Zibel. **Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura**. São Paulo: Annablume, 2010.
- COUCHOT, Edmond. Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração. In: PARENTE, André (org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. 3. ed. 2. reimp. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2004. p.37-48.
- COUTO, Rita Maria de Souza. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. 1997. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.
- \_\_\_\_\_. Reflexões sobre a natureza e a vocação interdisciplinar do design. In: LIMA, Guilherme Cunha (org.). **Textos selecionados de design 1**. Rio de Janeiro: PPDESDI UERJ, 2006. p.51-82.

- CRESTO, Lindsay Jemima. **A ressignificação da relação entre design e tecnologia na obra dos irmãos Campana**. 2009. 282f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2009.
- DEFORGES, Yves. Por um design ideológico. **Estudos em design**, Rio de Janeiro, v.2, n.1, p.15-22, jan.-jun. 1994.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. v.1. 5. reimp. São Paulo: Editora 34, 2007.
- DEPARTAMENTO DE ARTE E DESIGN. **Página do Programa de Pós-Graduação em Design**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.dad.puc-rio.br/dad07/index.php?pag=pos01>>. Acesso em: 10 ago. 2011.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- DORFLES, Gillo. **Introdução ao desenho industrial: linguagem e história da produção em série**. Lisboa: Edições70, 2002.
- DUARTE, Fábio. **Do átomo ao bit: cultura em transformação**. São Paulo: Annablume, 2003.
- DUBOIS, Jean et. all. **Dicionário de Linguística**. 9. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.
- ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- ESCOREL, Ana Luisa. **O efeito multiplicador do design**. São Paulo: Senac, 2000.
- FARBIARZ, Alexandre; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOJIMA, Vera Lúcia dos Santos. Os quatro ventos da comunicação. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006. p.64-86.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **A estratégia dos signos: linguagem/ espaço/ ambiente urbano**. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação espaço cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Design em espaços**. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- \_\_\_\_\_. Do desenho ao design: um percurso semiótico? **Galáxia**, São Paulo, n.4, p.49-58, abr. 2004.
- \_\_\_\_\_. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Olhar periférico: informação, linguagem, percepção ambiental**. São Paulo: Edusp, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Ver a cidade**. São Paulo: Nobel, 1988.
- FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2009.
- FISCHER, Steven Roger. **Uma breve história da linguagem: introdução à origem das línguas**. Osasco, SP: Novo Século Editora, 2009.

- FIZ, Simón Marchán. **Del arte objetual al arte de concepto: epílogo sobre la sensibilidad “postmoderna”**. 9. ed. Madrid: Ediciones Akal, 2009.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FOUCAULT, Michel. **Isto não é um cachimbo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.
- FRASCARA, Jorge. **Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social**. 4. reimp. Buenos Aires: Infinito, 2008.
- GALLO, Sílvio. **Conhecimento, transversalidade e educação: para além da interdisciplinaridade**. 1995. Disponível em: <<http://www.cedap.assis.unesp.br/cantolibertario/textos/0119.html>>. Acesso em: 25 mar. 2009.
- GAMBA JÚNIOR, Nilton Gonçalves. **Discurso e design: análise do discurso como método para a pesquisa em design**. 2009. Disponível em: <<http://www.ladeh.com.br/administrador/publicacoes/3d52a2812c16117f61511db60723bb45.pdf>>. Acesso em 01 ago. 2011.
- GARCIA, Cynthia. Entre4paredes: Philippe Starck. **Casa Vogue Brasil**, São Paulo, n. 214, p.100-105, 2003.
- GARRONI, Emilio. **Projeto de semiótica**. Lisboa: Edições 70, 1972.
- GINO, Maurício Silva. Hibridismo formal: uma questão gráfica ou conceitual? **Revista txt – leituras transdisciplinares de telas e textos**. Belo Horizonte, n.5, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.letras.ufmg.br/atelaetexto/revistatxt5/gino.html>>. Acesso em: 05. fev. 2010.
- GOMES, Rogério Zanetti. **,OVO: o hibridismo no design brasileiro contemporâneo**. 2009. 121f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2009.
- GOMES FILHO, João. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 7.ed. São Paulo: Escrituras, 2004
- GREBE, Eduardo Meissner; ZAPATA, Ernesto Vilches; FIERRO, Victor Lobos. **Semiótica de la arquitectura**. 2. ed. Concepción: Universidad del Bio-Bio, 2006.
- GUERREIRO, Evandro Prestes. **Cidade digital: infoinclusão social e tecnologia em rede**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 17. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2008.
- HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- IASBECK, Carlos Assis. **Administração da identidade**. 1998. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Seminótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.
- INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN. **Defition of design**. [2001]. Disponível em: <<http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>>. Acesso em: 6 jun. 2010.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 21. ed. São Paulo: Cultrix, 2008.
- JAPIASSU, Hilton. **As paixões da ciência**: estudos de história das ciências. São Paulo: Letras & Letras, 1991.
- JENCKS, Charles. **El lenguaje de la arquitectura posmoderna**. 3. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1984.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Jnaiero: Jorge Zahar, 2001.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 9. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2005.
- JORDAN, Patrick W. **Designing pleasurable products**: an introduction to the new human factors. London: Taylor & Francis, 2002.
- JUEZ, Fernando Martin. Uso-utensilio-usuario: la conciencia participativa. In: \_\_\_\_\_. **Contribuciones para una antropología del diseño**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002. p.76-80.
- JULIER, Guy. **The culture of design**. London: SAGE, 2000.
- KAC, Eduardo. A imaginação dialógica na arte eletrônica. **Conccinitas virtual**, Rio de Janeiro, v.2, n.7, p.165-179, dez. 2004. Disponível em: <<http://www.concinnitas.uerj.br/resumos7/kac.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2011.
- KHASLAVSKY, Julie; SHEDROFF, Nathan. Understanding the seductive experience. **Communications of the ACM**, New York, v.42, n.5, p.45-49, May, 1999. Disponível em: <<http://www.cse.chalmers.se/research/group/idc/ituniv/kurser/07/idproj/papers/CACMseduction.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2010.
- KRAIDY, Marwan M. **Hybridity**: or the cultural logic of globalization. New Delhi: Pearson, 2007.

- KRIPPENDORFF, Klaus. Product Semantics: A triangulation and four design theories. In: VÄKEVÄ, Seppo (ed.). **Product Semantic '89**. Helsinki: Finland: University of Industrial Arts, 1990. Disponível em: <[http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1262&context=asc\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1262&context=asc_papers)>. Acesso em: 02 jul. 2011.
- \_\_\_\_\_. **The semantic turn: a new foundation for design**. London: Taylor & Francis; New York: CRC Press, 2006.
- KRUCKEN, Lia. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 3 ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005.
- LEFEBVRE, Henry. **O direito à cidade**. 3. ed. São Paulo: Centauro, 2004.
- LEITE, João de Souza. Design é uma atividade projetiva. In: **Design' 20 – Formas do olhar**. Rio de Janeiro: Santander Cultural, 1997. Catálogo.
- LE MOS, André. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. **Razón y palabra**, Ciudad de México, n.41, out.-nov. 2004. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>>. Acesso em: 17 out. 2010.
- LEON, Márcia Ponce; ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento de. In: NOJIMA, Vera Lúcia; ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento de. **Design, comunicação e semiótica: estudo e pesquisa das relações transversais**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010. p.149-161.
- LESSA, Washington Dias. Linguagem visual: algumas considerações. In: LIMA, Guilherme Cunha (org.). **Textos selecionados de design 1**. Rio de Janeiro: PPDESDI UERJ, 2006. p.9-23.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. 5. reimp. São Paulo: Ed. 34, 2005.
- \_\_\_\_\_. **O que é o virtual?**. 6 reimp. São Paulo: Ed. 34, 2003.
- LIMA, Marco Antonio Magalhães; MEDEIROS, Estevão Neiva de. A semântica no projeto de projeto. **Estudos em design**, Rio de Janeiro, v.8, n.2, p.69-88, maio 2000.
- LINZMAYER, Owen W. **Apple confidential 2.0: the definitive history of the world's most colorfull company**. San Francisco: No Starch Press, 2004.
- LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. 1. reimp. São Paulo: Blucher, 2007.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

- MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- \_\_\_\_\_. **Arte e mídia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2008.
- MADEIRA, Cláudia Maria Guerra. **Híbrido: do mito ao paradigma invasor?** Lisboa: Mundos Sociais, 2010.
- \_\_\_\_\_. **O hibridismo nas artes performativas em Portugal**. 2008. 673 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de Lisboa, Lisboa, 2008.
- MAMEDE, José. **Arquitetura de cidades digitais: notas para uma abordagem comunicacional do web urbanismo**. [2001]. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/mamede-jose-arquitetura-cidades-digitais.html>>. Acesso em 02 out 2006.
- MANZINI, Ezio. A pele dos objectos. In: CALÇADA, Ana; MENDES, Fernando; BARATA, Martins (coord.). **Design em aberto: uma antologia**. Porto: Centro Português de Design, 1993. p.39-55.
- MARCONDES, Danilo. **A pragmática na filosofia contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARTIN BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2001.
- MARTIN, Robert. **Para entender a linguística: epistemologia elementar de uma disciplina**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.
- MASER, Siefried. **Fundamentos da teoria geral da comunicação**. São Paulo: EDUSP, 1975.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1971.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MELVIN, Jeremy. **Ismos: entender a arquitetura**. Lisboa: Lisma, 2006.
- METZ, Christian. **Linguagem e cinema**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1980.
- MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edigard Blücher, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Limites do design**. São Paulo: Studio Nobel, 2008.
- MORISSET, Cédric; BORGES, Adélia (orgs.). **Ícones do design França-Brasil**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2009. Catálogo.
- MORRIS, Charles William. **Foundations of the theory of signs**. Chicago: The

- University og Chicago Press, 1970.
- \_\_\_\_\_. **Fundamentos da teoria dos signos**. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, 1976.
- MOTTA, Luiz Carlos do Carmo. Estruturas semióticas do conhecimento e neurociência no design instrucional. In: NOJIMA, Vera Lúcia; ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento de. **Design, comunicação e semiótica**: estudo e pesquisa das relações transversais. Rio de Janeiro: 2AB, 2010. p.102-134.
- MOURA, Mônica. Design contemporâneo = cultura digital + linguagem + hibridismo. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 3., 2005, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ: Centro Cultural Justiça Federal, 2005. CD-ROM.
- \_\_\_\_\_. **O design de hipermídia**. 2003. 357 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.
- \_\_\_\_\_. Pesquisa em design: olhares e descobertas, criação e invenção. In: WESTIN, Denise; COELHO, Luiz Antonio L. **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2011. p.56-71.
- MOURA, Mônica; SOMMA JUNIOR, Nelson. Design de hipermídia: poéticas contemporâneas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo, SP. **Anais...** São Paulo, SP: AEND Brasil, 2008. p.656-668.
- MUCCI, Latuf Isaias. Intersemiotividade. In: CEIA, Carlos (org.). **E-dicionário de termos literários**. 2005. Disponível em <<http://www2.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes//intersemiotividade.htm>>. Acesso em: 24 out. 2008.
- MUKAROVSKÝ, Jan. **Escritos sobre estética e semiótica da arte**. Lisboa: Estampa, 1993.
- MUNARI, Bruno. **Artista e designer**. Lisboa: Presença, 1984.
- NADIN, Mihai. Design and semiotics. In: KOCH, Walter A. **Semiotics in the individual sciences**. vol. II. Bochum: Brockmeyer, 1990. p. 418-436.
- NESBITT, Kate (org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: antologia teórica (1965-1995). São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- NIEMEYER, Lucy. Design atitudinal: uma abordagem projetual. In: LIMA, Guilherme Cunha (org.). **Textos selecionados de design 1**. Rio de Janeiro: PPDESDI UERJ, 2006. p.97-112.
- \_\_\_\_\_. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- \_\_\_\_\_. Semiologia do produto: o objeto como enunciado. In: ENCONTRO

- NACIONAL DE ENSINO DE DESIGN, 6., 1997. **Anais...** Rio de Janeiro: Estudos em Design, 1997, p.125-132.
- NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. **Classificação dos signos**. 2007. Notas de aula. Arquivo digital.
- \_\_\_\_\_. Comunicação e leitura não verbal. In: COUTO, Rita Maria de Souza, OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de (org.). **Formas do design**: por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. p.14-17.
- \_\_\_\_\_. **Estudo e pesquisa sobre linguagem na construção de uma teoria do design**. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2009. Projeto de pesquisa.
- \_\_\_\_\_. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do design. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006. p.123-134.
- \_\_\_\_\_. Semiótica. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008a. p.221-224.
- \_\_\_\_\_. Significado. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008a, p.82-85.
- \_\_\_\_\_. **Triades**. Rio de Janeiro, 2008b. Inédito.
- NOJIMA, Vera Lúcia; ALMEIDA JUNIOR, Licinio Nascimento de; RIBEIRO, Adriana B. Um plano metodológico para um projeto de pesquisa em design. In: WESTIN, Denise; COELHO, Luiz Antonio L. (orgs.). **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2011. p.170-185.
- NOJIMA, Vera Lúcia; LEON, Márcia Ponce de; ALMEIDA JUNIOR, Licinio Nascimento de. A transversalidade como prática nas linhas e entrelinhas do design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7., 2006, Curitiba. **Anais...** Curitiba, PR: AEND Brasil, UFPR, 2006.
- NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- NÖTH, Winfried. **A Semiótica no século XX**. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Handbook of semiotics**. Bloomington: Indiana University Press, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Panorama da semiótica**: de Platão a Peirce. 2 ed. São Paulo: Annablume, 1998.
- O' GRADY, Jason D. **Apple Inc**. New York: Greenwood, 2009.
- OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari,

- 2005.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2007.
- PAGANO, Adriana; MAGALHAES, Célia. Análise crítica do discurso e teorias culturais: hibridismo necessário. **DELTA**, São Paulo, v. 21, n. especial, p.21-43, 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-44502005000300004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44502005000300004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 17 jul. 2011.
- PANOFSKY, Erwin. **La perspectiva como forma simbólica**. Barcelona: Fábula Tusquets Editores, 1999.
- PARENTE, André. **O virtual e o hipertextual**. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.
- PAPANEK, Victor. **Arquitectura e design: ecologia e ética**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- PAPASTERGIADIS, Nikos. Hybridity and ambivalence: places and flows in contemporary art and culture. **Theory, Culture & Society**, Nottingham, v. 22, n. 4, p. 39-64, Aug. 2005.
- \_\_\_\_\_. **The turbulence of migration: globalization, deterritorialization and hybridity**. Cambridge: Polity Press, 2000.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos coligidos**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- \_\_\_\_\_. **Ilustrações da lógica das ciências**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- PETERS, Michael. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença: uma introdução**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- PETTER, Margarida. Linguagem, língua, linguística. In: FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004. p.11-24.
- PIGNATARI, Decio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1968.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica da arte e da arquitetura**. 3. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2004.
- PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker, 1999.
- PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. 2. reimp. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- PORTINARI, Denise Berruezo. A noção de imaginário e o campo do design. In: COUTO, Rita Maria de Souza, OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de (org.). **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. p.77-102.

- PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN. **10 anos do Programa de Pós-graduação em design**: percurso e perspectivas: resumos das dissertações defendidas. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes & Design, 2005.
- PUPPI, Alberto Irineu. Semiótica e desenho industrial. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de; SANTAELLA, Lucia (org.). **Semiótica da cultura, arte e arquitetura**. São Paulo: EDUC, 1987.
- QUARANTE, Danielle. **Éléments de design industriel**. 2 ed. Paris: Polytechnica, 1994.
- QUEIROZ, João. **Semiose segundo C. S. Peirce**. São Paulo: PUC-SP, 2004.
- REYES, Maria de Lourdes Valente. **Design e comunicação**: os objetos como formas de religação social. 2005. 335 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a evolução e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.
- RIOS FILHO, Paulo. A hibridação cultural como horizonte metodológico na criação de música contemporânea. **Revista do Conservatório de Música da UFPel**, Pelotas, n.3, p. 27-57, 2010.
- ROBERTSON, Roland. **Globalização**: teoria social e cultura global. Petrópolis: Vozes, 2000.
- ROCHA, Cleomar; LIMA, Fábio Ferreira de. A semiótica de Charles W. Morris aplicada à análise de audiovisuais. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE ARTE E TECNOLOGIA, 6., 2007, Brasília. **Anais...** Brasília, 2007. Disponível em: <<http://arte.unb.br/6art/textos/cleomar-fabio.pdf>>. Acesso em 24 out. 2009.
- ROCHA, Décio; DEUSDARÁ, Bruno. Análise de conteúdo e análise do discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **ALEA**. Rio de Janeiro, v. 7, n.2, p. 305-322, jul.-dez. 2005.
- ROIZENBRUCH, Tatiana Azzi. **O jogo das diferenças**: design e arte popular no cenário multicultural brasileiro. 2009. 105f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Ahembi Morumbi, São Paulo, 2009.
- SABOYA, Luiz Antonio de. Função. In: COELHO, L. A. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008, p.196-198.
- SALGADO, César Augusto. Hybridity in new world baroque theory. **Journal of American Folklore**, Columbus, v. 112, n. 445, p.316-331, 1999.
- SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

- \_\_\_\_\_. **A percepção**: uma teoria semiótica. 2. ed. São Paulo: Experimento, 1998.
- \_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos**: semiose e autogeração. São Paulo: Ática, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. 2. reimp. São Paulo: Hacker Editores, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Cultura das mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual verbal: aplicações na hipermídia. 3. ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005a.
- \_\_\_\_\_. **O que é semiótica**. 17 reimp. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?**. São Paulo: Paulus, 2005b.
- \_\_\_\_\_. **Produção de linguagem e ideologia**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica aplicada**. 2. reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005c.
- SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. 4.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 5. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- SCHULMANN, Denis. **O desenho industrial**. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- SILVA, Elvan. **Arquitetura & semiologia**: notas sobre a interpretação linguística do fenômeno arquitetônico. Porto Alegre: Sulina, 1985.
- SILVA, Mercêdes Luiza da Costa e. **O decorativismo na contemporaneidade como manifestação do reencantamento do design pela práxis criativa do usuário**. 2008. 154f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Ahembi Morumbi, São Paulo, 2008.
- SILVA, Michele Tançman Candido da. **A (ciber) geografia das cidades digitais**. 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2002. Versão eletrônica. Disponível em: <<http://www.tamandare.g12.br/cidadedigital/>>. Acesso em: 01 dez. 2006.
- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Scripta Nova**: revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona, Universidad de Barcelona, v. 8, n.170 (36), 01 ago. 2004. Disponível

- em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-170-36.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2006.
- SIMÃO, Selma Machado. **Arte híbrida**: entre o pictórico e o fotográfico. São Paulo: UNESP, 2008.
- SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **Notas para uma história do design**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.
- SPARKE, Penny. **Diseño y cultura**: uma introducción. Desde 1900 hasta la actualidad. Barcelona: Gustavo Gilli, 2010.
- SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- TAROUCO, Fabrício; et. al. **As transformações do design a partir de um objeto de design**: uma reflexão sobre a evolução do telefone. 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembibr.com/congressodesign/anais/artigos/70067.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2011.
- TRABANT, Jürgen. **Elementos de semiótica**. Lisboa: Presença, 1980.
- UDDIN, Mohammed Saleh. **Hybrid drawing**: techniques by contemporary architects and designers. New York: John Wiley, 1999.
- VARGAS, Herom. O enfoque do hibridismo nos estudos da música popular latino-americana. CONGRESSO LATINO-AMERICANO DA ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL PARA O ESTUDO DA MÚSICA POPULAR, 5., 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UNIRIO, 2004. Disponível em: <[http://www.uc.cl/historia/iaspm/rio/Anais2004%20\(PDF\)/HeromVargas.pdf](http://www.uc.cl/historia/iaspm/rio/Anais2004%20(PDF)/HeromVargas.pdf)>. Acesso em: 02 fev. 2010.
- VENTURI, Robert. **Complexidade e contradição em arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- VIÉGAS, Rosemari Fagá. **Guia para estudos da linguagem**: comunicação e semiótica. São Paulo: Unimarco Editora, 2004.
- VYGOTSKY, Lev Semenovitch. **Pensamento e linguagem**. Lisboa: CLIMEPSI, 2007.
- WALTHER-BENSE, Elisabeth. **A teoria geral dos signos**: introdução aos fundamentos da semiótica. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. **Tractatus lógico-philosophicus**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1994.
- ZAROTTI, Cláudio. Novos materiais. In: CALÇADA, Ana; MENDES, Fernando; BARATA, Martins (coord.). **Design em aberto**: uma antologia. Porto: Centro Português de Design, 1993. p.178-187.
- ZEVI, Bruno. **A linguagem moderna da arquitectura**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1984.

## 11. Apêndice: Híbridismos no âmbito da prática projetual

Neste apêndice, está relatada uma experiência metodológica levada a cabo ao final da pesquisa, durante o segundo semestre letivo de 2011. Tal experiência teve como objetivo principal testar a tipologia da linguagem híbrida do design em um contexto de discussão teórico-conceitual e de projeção. Tratou-se da elaboração e aplicação de um plano de curso para a disciplina *Teorias e enfoques críticos da comunicação no design* (DSG1323), do curso de graduação em design – comunicação visual, do Departamento de Artes e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, ministrada pela professora Vera Lúcia Nojima (orientadora desta tese) e assistida pelos alunos Isabela Matos<sup>161</sup> (mestranda e em estágio de docência) e Frederico Braidá (doutorando e autor desta tese).

Esta é uma disciplina que faz parte da versão curricular do ano de 2007 e é proposta para ser cursada por alunos do sexto período<sup>162</sup>, embora não exija nenhuma outra disciplina como pré-requisito. Ela é ofertada como uma disciplina presencial e é composta por quatro créditos, distribuídos em quatro aulas semanais, sendo duas a duas geminadas e lecionadas em dias diferentes (quartas-feiras e sextas-feiras). A ementa da disciplina, de acordo com o site do curso<sup>163</sup> é:

Princípios e condições de efetividade do potencial comunicativo do design da Comunicação Visual. Fundamentos de teorias de sistemas da comunicação, da informação, da recepção e percepção dos signos, como organizadores do pensamento e da crítica.

---

<sup>161</sup> Cabe aqui, mais uma vez, fazer os seguintes agradecimentos: aos alunos, que permitiram a utilização de seus trabalhos nesta tese; a Vera Nojima, que concedeu espaço em sua disciplina para realizar as atividades relatadas nesta tese; e a Isabela Matos, que acompanhou todas as aulas, sempre tecendo comentários pertinentes, os quais contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho.

<sup>162</sup> O curso está estruturado para ser concluído em oito períodos, portanto, trata-se de alunos avançados.

<sup>163</sup> Disponível em: <<http://www.puc-rio.br/ferramentas/ementas/ementa.aspx?cd=DSG1323>>. Acesso em: 01 ago. 2011.

Nota-se que a ementa possibilita a elaboração de um programa que contemple o hibridismo da linguagem do design contemporâneo como um tema para se abordar as questões inerentes às teorias e aos enfoques críticos da comunicação no design. Portanto, o enfoque do curso se debruçou sobre a linguagem híbrida do design na contemporaneidade. A proposta foi colocar em discussão a tipologia evidenciada nesta tese e as próprias questões teóricas envolvidas.

Este relato inicia-se com a exposição da estrutura da disciplina, seguida pela apresentação comentada das duas atividades de encerramento dos segundo e terceiro módulos e conclui-se com um projeto de um grupo de alunas, o qual fundamenta-se nas questões sobre a linguagem híbrida do design. Pode-se afirmar que uma das contribuições da experiência metodológica foi oferecer um ambiente favorável para a observação do comportamento da tipologia da linguagem híbrida do design como um instrumento teórico para a conceituação, argumentação e prática projetuais.

### **11.1.A estrutura da disciplina**

A disciplina foi estruturada em três módulos, distribuídos, assim, ao longo de 15 semanas: (1) *Módulo introdutório*, duas semanas; (2) *Módulo de fundamentação teórica*, sete semanas; e (3) *Módulo propositivo (reflexivo, analítico e crítico)*, seis semanas.

O primeiro módulo, de duração mais breve, objetivou a apresentação do curso em geral (ementa, programa, cronograma e proposta de atividades avaliativas). Também foi realizada uma explanação sobre as relações entre pensamento, linguagem e comunicação, a fim de evidenciar suas imbricações teóricas e possíveis desdobramentos quando articuladas com o design. Tratou-se, pois, de uma introdução às questões conceituais que seriam desenvolvidas ao longo do segundo módulo. Por fim, abordou-se o tema do resumo e da resenha como gêneros textuais relevantes para o meio acadêmico, pois eles permitem aos alunos o relato sucinto e crítico de outros textos (MEDEIROS, 2006).

O segundo módulo, de duração mais longa, congregou a grande carga teórica do curso, além de um exercício de entrevista, o qual foi proposto como atividade de conclusão do módulo. Os temas abordados foram: (1) Pensamento, linguagem e design, (2) Design e linguagem, (3) Forma, significado e função no

design, (4) Funções práticas, estética e simbólica do design, (5) As dimensões semióticas do design: sintaxe, semântica e pragmática e (6) Hibridismo no design: a tipologia da linguagem híbrida do design. Todo o conteúdo foi ministrado utilizando-se de várias técnicas e estratégias de ensino, tais como aula expositiva dialogada, seminário, estudos de casos, painel integrado e leituras extraclasse de textos. A diversidade de técnicas teve por objetivo oferecer aos alunos de graduação o conteúdo de forma dinâmica. Destaca-se, aqui, a participação dos alunos em sala de aula, bem como o interesse e empenho dos mesmos nas atividades propostas.

O terceiro e último módulo, de duração intermediária, foi dedicado à aplicação prática do conteúdo lecionado. Portanto, pode-se dizer que se tratou de um módulo propositivo, ao longo do qual os alunos puderam experimentar a necessária articulação entre a teoria e a prática. Ele foi constituído pelo desenvolvimento do trabalho de conclusão do curso, no qual os alunos deveriam aplicar as construções teóricas em um projeto de embalagem, cujos pressupostos estivessem fundamentados nas considerações sobre o hibridismo no design. Esse módulo exigiu, então, dos alunos, o manejo do raciocínio reflexivo, analítico e crítico, a partir do lançamento de uma concepção projetual.

Moraes (2008, p.161) aborda essa atitude reflexivo-analítico-crítica exigida dos alunos das escolas de design quando expõe que:

Os estudantes de design devem habituar-se a usar o raciocínio reflexivo e analítico durante as fases de desenvolvimento de um projeto. Devem, ainda, ter senso crítico sobre as reais possibilidades de aplicação de seu produto junto ao mercado consumidor e junto ao usuário. Habituar-se com aplicação de enfoques humanísticos e valores culturais como fatores de diferenciação e como geração de novas alternativas projetuais. Se assim não procederem, esses estudantes correm o sério risco de virem a tornar-se simples reféns dos fatores objetivos da projeção.

Cabe a uma escola de design, entretanto, por meio de disciplinas como prática projetual e planejamento de projeto, fazer com que os alunos, utilizando-se de temas prévia e estrategicamente estabelecidos, pratiquem uma forma de projeção em que prevaleçam enfoques subjetivos e teóricos como elementos diferenciadores de projeto. Isso deve ocorrer até que essa prática se torne um fator natural e intrínseco do seu processo e métodos projetuais, mas um pensador para novas e diferentes soluções<sup>164</sup>.

---

<sup>164</sup> Esses valores reflexivos, críticos e analíticos no design foram propostos por Moraes (2008, p.161-164) dentro de um método projetual intitulado Design Programado (MORAES, 2008, p.153-170). Embora esse método não tenha sido aplicado na íntegra em nosso exercício, justamente por não se tratar de uma disciplina exclusivamente voltada para o projeto, partes de sua constituição se mostraram relevantes, como, por exemplo, a adoção de um tema genérico.

Cumprе ressaltar que, embora não se tratasse de uma disciplina voltada para o projeto propriamente dito, vislumbrou-se um exercício projetual como atividade conclusiva, cuja ênfase se voltou não para o projeto em si, com todas as definições técnicas e materiais, mas para sua conceituação, embasamento, proposição e crítica à luz dos fundamentos teóricos levados a cabo durante a disciplina. Os módulos, as durações e os conteúdos podem ser esquematizados assim:

<b>Módulos</b>	<b>1</b> Módulo introdutório	<b>2</b> Módulo de fundamentação teórica	<b>3</b> Módulo propositivo (reflexivo, analítico e crítico)
<b>Duração</b>	2 semanas	7 semanas	6 semanas
<b>Conteúdo</b>	- Apresentação do curso - Introdução sobre pensamento, linguagem e comunicação - Gêneros textuais: resumo e resenha	- Pensamento, linguagem e design - Design e linguagem - Forma, significado e função no design - Funções práticas, estética e simbólica do design - As dimensões semióticas do design: sintaxe, semântica e pragmática - Hibridismo no design: as modalidades de hibridismo no design	- Desenvolvimento do projeto de uma embalagem híbrida
<b>Atividade de conclusão</b>	Uma resenha	Entrevista sobre hibridismo no design	Hibridismo nas embalagens

Quadro 1 – Divisão do curso em módulos.  
Fonte: do autor (2012).

## 11.2. Atividades de encerramento dos módulos

As atividades de encerramento do segundo e terceiro módulos são as mais relevantes para o contexto desta tese. Elas estão descritas a seguir.

### 11.2.1. Entrevistas sobre o hibridismo no design

Esta atividade teve a duração de sete aulas, divididas em quatro momentos: (1) preparação das entrevistas, (2) coleta de dados, que consistiu em levantar dados no trabalho de campo, ou seja, na realização das entrevistas propriamente ditas, (3) tabulação, análise e síntese dos dados e montagem da apresentação e (4) apresentação dos resultados. A distribuição das aulas e suas respectivas fases podem ser assim esquematizadas:

Aula	Fase	Descrição das atividades
01	Preparação	Apresentação da proposta geral Aula sobre entrevista
02		Desenvolvimento de quatro questões para as entrevistas, envolvendo o tema sobre hibridismo na linguagem do design
03	Coleta de dados	Trabalho de campo: realização das entrevistas
04		Trabalho de campo: realização das entrevistas
05	Análise e síntese	Tabulação e análise dos dados
06		Tabulação e análise dos dados Montagem das apresentações
07	Apresentação	Apresentação oral dos resultados das entrevistas para a turma

Quadro 2 – Fases do módulo 2 da disciplina.  
Fonte: do autor (2012).

O primeiro momento, de preparação para as entrevistas, foi marcado pela proposição do trabalho, com respectivo cronograma, objetivo e quesitos de avaliação, e pela ministração de uma aula expositiva sobre entrevistas, baseada em Marconi e Lakatos (2006, p.92-97)<sup>165</sup>. Também fez parte, deste momento, a elaboração do roteiro com as perguntas.

A entrevista, cujo tema era *Hibridismo no design: a tipologia da linguagem híbrida do design*, teve por objetivo obter informações sobre a percepção e uso dos produtos híbridos em quatro grupos distintos de indivíduos em relação ao campo do design: (a) leigos, (b) profissionais, (c) estudantes e (d) pesquisadores. Os alunos foram divididos em duplas de trabalho e, cada uma,

<sup>165</sup> O texto dessas autoras foi utilizado por ser conciso e repleto de referências, revelando-se objetivo e indicado para alunos de graduação.

deveria entrevistar oito pessoas, sendo dois indivíduos de cada grupo dos supracitados.

Para a composição do roteiro de entrevista, foram formuladas, previamente, e apresentadas aos alunos, 12 perguntas (sendo que algumas delas, quando respondidas afirmativamente, se subdividiam em outra(s) pergunta(s), as quais poderiam ser utilizadas na íntegra ou parcialmente. As perguntas também poderiam ser alteradas ou, ainda, complementadas. Elas foram divididas em cinco tópicos, a saber: (1) hibridismo sintático, (2) hibridismo semântico, (3) hibridismo pragmático, (4) significado, forma e função e (5) hibridismo em geral. Esses temas funcionaram apenas como guias para elaboração do roteiro da entrevista e deveriam ser ocultados para os entrevistados, ou seja, os entrevistados não deveriam ter o conhecimento de que as perguntas estavam divididas em eixos temáticos.

Tampouco era conveniente o uso explícito da palavra “hibridismo” nas questões, exceto naquelas do tópico cinco, pois se trata, no plano geral, de um conceito complexo e, no âmbito desta tese, de uma formulação teórica, portanto, de difícil assimilação para o público em geral, como bem constataram as alunas Dávila Pontes e Leticia Moraes<sup>166</sup>:

Primeiramente, escolhemos fazer a pergunta “Você sabe o que significa HIBRIDISMO?”. Essa pergunta gerou uma divisão de respostas: alguns sabiam algo desassociado ao design, outros não sabiam. Quando perguntados sobre HIBRIDISMO NO DESIGN, ninguém soube responder de fato o que era (PONTES e MORAES, 2011, p.1).

Também, as perguntas dos tópicos quatro e cinco não deveriam ser dirigidas ao público leigo, por demandar um conhecimento técnico e/ou teórico prévio para serem respondidas.

As perguntas inicialmente apresentadas foram:

*Sobre hibridismo formal*

1) Você poderia dar exemplos de objetos que aguçam, ao mesmo tempo, mais de um dos nossos sentidos?

2) Você conhece algum objeto que pode variar de forma e, conseqüentemente, variar de função?

Se afirmativo:

---

<sup>166</sup> Todos os depoimentos dos alunos sobre o desenvolvimento do trabalho foram retirados dos relatórios entregues no quando da conclusão e da apresentação dos resultados das entrevistas. Os alunos foram orientados a solicitar a autorização dos entrevistados para a publicação dos dados coletados no âmbito acadêmico. No entanto, optou-se, aqui, pela omissão dos nomes dos entrevistados, substituindo-os pela expressão “Entrevistado x”, sendo “x” apenas um número de ordem dentro deste apêndice.

2.1) Descreva-o, mencionando, especialmente, o(s) material(is) com o(s) qual(is) ele é feito.

3) Você conhece algum objeto que pode variar de forma, sem alterar sua função?

Se afirmativo:

3.1) Descreva-o.

*Sobre hibridismo semântico (objetos com vários significados)*

4) Você já esteve diante de um objeto que, por diversos motivos, não soube como classificá-lo? Não conseguiu compreender para que servia? Não soube por qual nome chamá-lo? Algo parecido como estar diante de uma pintura abstrata, sem título, cujo significado não é facilmente compreendido.

Se afirmativo:

4.1) Qual era esse objeto?

4.2) Você pode descrevê-lo?

4.3) Quais foram os motivos que dificultavam a classificação do objeto?

5) Para você, é possível alterar o significado de um objeto alterando o seu contexto?

Se afirmativo:

5.1) Dê, pelo menos, um exemplo.

*Sobre hibridismo pragmático (objetos multifuncionais)*

6) Você possui ou conhece algum objeto que tem várias funções?

Se afirmativo:

6.1) Qual é o objeto?

6.2) Quais são as funções que ele possui?

7) Você acredita que todos os objetos são passíveis de serem utilizados de modo diferente da finalidade para qual ele foi originalmente projetado?

Se afirmativo:

7.1) Como?

7.2) Dê um exemplo seu.

*Sobre forma, significado e função*

8) Para você, forma, significado e função são aspectos importantes a serem considerados em um projeto?

9) Ao se alterar um desses três elementos, os outros dois também são afetados?

Se afirmativo:

9.1) Dê um exemplo.

10) Mas é possível alterar um dos elementos preservando os outros dois?

Se afirmativo:

10.1) Dê exemplos.

*Sobre hibridismo*

11) Como você definiria um objeto dito “híbrido”? Sinta-se à vontade para fazer a sua interpretação. Dê exemplos.

12) Para você, o design pode ser considerado como um campo híbrido? Por quê?

Conforme explicitado anteriormente, essas perguntas foram apresentadas apenas como motivadoras para que, cada dupla, pudesse elaborar seu próprio

roteiro de entrevista, segundo uma lógica própria instituída. Sobre o processo de formulação das perguntas, as alunas Mayane Dore e Priscilla Anton relatam:

Pensamos na estrutura de cada frase das perguntas, isoladamente. Levamos em consideração pessoas que estudam sobre o híbrido e as que não conhecem esse nome. Buscamos não usar a palavra “híbrido”, mas sim suas características nos objetos, dessa forma as pessoas refletiam mais sobre o assunto, sendo leigas ou não. Tivemos uma aula de formulação de perguntas e estudamos se estavam bem escritas, compreensíveis e se não apresentavam tendências pessoais, nem possíveis duplas interpretações. Depois analisamos todas juntas, buscando uma sincronia entre elas e uma ordenação justificável. Assim, o questionário [leia-se, roteiro] iniciava com perguntas mais amplas, capazes de contextualizar o assunto para o entrevistado. Em seguida, afinamos o tema já introduzindo palavras específicas como “forma” e “função”; uma pergunta sobre forma e uma sobre função. Por fim, nesse momento o entrevistado possivelmente já estaria mais mergulhado no assunto, e pronto para responder perguntas mais abstratas relacionando tanto a forma como a função, o contexto e o significado. Preocupamo-nos em não fazer muitas perguntas, pois conversaríamos com as pessoas no dia a dia e queríamos que todos realmente pensassem nas respostas. O questionário final foi o seguinte:

(pergunta de contextualização)

1. Você poderia dar exemplos de objetos que estimulam mais de um sentido?

(pergunta sobre forma [e significado])

2. Existe algum objeto que você não sabia para que servia, no primeiro momento, por causa da sua forma? Descreva-o.

(pergunta sobre função)

3. Você conhece algum objeto que tenha mais de uma função? Cite um exemplo.

(pergunta final que relaciona os elementos)

4. É possível alterar o significado de um objeto alterando o contexto?

(pergunta específica feita só para profissionais da área)

5. É possível alterar ou a forma, ou o significado, ou a função de um objeto, sem alterar os demais elementos? (DORE e ANTON, 2011, p.2).

O segundo momento foi constituído pela realização das entrevistas propriamente ditas, um trabalho de campo. Tratava-se de uma entrevista do tipo padronizada ou estruturada, pois havia um roteiro predeterminado e seria efetuada com um grupo de “pessoas selecionadas de acordo com um plano” (MARCONI; LAKATOS, 2006, p.94). O registro das respostas se deu de forma livre, ou seja, cada dupla teve a liberdade para fazê-lo por meio de anotações em papel e/ou meio digital e/ou gravações de áudio e vídeo. Sobre a forma de registro das respostas, Pontes e Moraes (2011, p.1) afirmam:

Escolhemos perguntar e escrever as respostas dos entrevistados, enquanto respondiam. Mas, na nossa primeira entrevista, que foi com [o Entrevistado 1], filmamos e transcrevemos o conteúdo falado no vídeo. Essa experiência de registro e transcrição, embora tenha sido mais trabalhosa ao compararmos com as entrevistas anotadas, foi, sem dúvida, uma ótima maneira de rever, entender e compreender sinais não verbais da pessoa diante das perguntas. Sentimos dificuldade de entender a colocação de alguns entrevistados em que anotamos suas respostas. As respostas mais extensas não foram anotadas com “interjeições” e detalhes que o vídeo permite. Ainda pensamos em dar um questionário escrito para as pessoas, mas optamos pela anotação das palavras por ser uma ação mais espontânea para o entrevistado, onde ele não pensa muito, simplesmente fala.

O terceiro momento foi dedicado à análise e síntese dos dados coletados na entrevista e, também, à elaboração da apresentação dos resultados obtidos. Mais uma vez, ficou a cargo das duplas a definição da melhor forma para apresentar os resultados, incluindo gráficos em geral, infográficos, quadros, tabelas etc. Durante os três primeiros momentos, os trabalhos dos alunos foram desenvolvidos sob a orientação dos professores. As atividades eram realizadas tanto em sala de aula quanto em encontros extraclasse.

Por fim, a apresentação final das entrevistas foi realizada oralmente, em sala de aula, com apoio de material gráfico e/ou audiovisual. Também foram entregues relatórios escritos. Ao todo, foram entrevistadas 88 pessoas, pois as entrevistas foram realizadas por 11 duplas de alunos. Embora as perguntas tenham variado, devido à elaboração de roteiros personalizados, todos abordaram os mesmos temas.

As principais conclusões decorrentes das análises das entrevistas são:

*1) No âmbito do hibridismo sintático*

- De acordo com Pontes e Moraes (2011, p.2), a maior parte dos produtos mencionados como híbridos pelos entrevistados, referem-se a produtos que exploram a sinestesia.

- Produtos simples podem ser curiosamente híbridos, como o caso do palito de pediatra utilizado para baixar a língua de uma criança. Um entrevistado de Ana Melo e Bernardo Lemgruber lembrou que alguns tipos desse produto despertam, de forma híbrida, o tato, o paladar e o olfato (MELO e LEMBRUGER, 2011, p.20).

### 2) *No âmbito do híbridismo semântico*

De acordo com Bürger e Secchin (2011, p.9), os produtos podem sofrer variações de significado se variado o contexto; considerando-se o contexto em seu sentido mais amplo, o qual pode abarcar os contextos social, temporal etc.

### 3) *No âmbito do híbridismo pragmático*

Sobre o híbridismo pragmático, Melo e Lemgruber (2011, p.20) concluem:

A partir dos resultados, podemos perceber que os objetos são vivos, pois seu uso pode variar de acordo com a necessidade de seu usuário. Nessas entrevistas, os objetos de forma mais simples, como lápis, livro, cartão e caneta, foram muito citados como utilizados fora de sua função original. Pensamos que a simplicidade da forma pode estar relacionada com esses usos.

De acordo com Pontes e Moraes (2011, p.2),

(...) questionamos se os entrevistados consideravam todos os objetos passíveis de ser utilizados de modo diferente daqueles originalmente projetados e pedimos um exemplo. Essa foi a pergunta que mais estimulou os entrevistados. Muitos falaram que basta ter criatividade para utilizar um objeto de forma diferente, como lápis para prender o cabelo, capa de CD como porta-copo, ferro de passar roupas como torradeiras, entre outros.

### 4) *Sobre forma, significado e função*

Pontes e Moraes (2011, p.2) relatam a abordagem do tema realizada por especialistas:

Por fim, fizemos uma pergunta especial para os especialistas de design. Perguntamos sobre a importância da forma, significado e função na elaboração/concepção de um projeto. Esta questão deu oportunidade para os dois entrevistados darem suas opiniões sobre o assunto. [Entrevistado 2], professor de design, considera a forma e a função obsoletas. Considera o design como *Gestalt*, uma mistura de tudo. Para [o Entrevistado 3], pós-graduado em projeto de produto, a forma e a função traduzem uma época e, conseqüentemente, portam um significado. Com isso, também é muito importante conhecer o público-alvo do produto a ser desenvolvido, de modo a aplicar na concepção [dos produtos] os parâmetros relacionados a este público.

### 5) *Sobre o híbridismo em geral*

Foi uma constatação de todos, porém formalizada por Silva e Machado (2011, p.15) que “o híbridismo está no dia a dia das pessoas das mais diversas formas”.

Decorrem também das análises das entrevistas as considerações sobre a latência do hibridismo e os deslizamentos da forma, do significado e/ou da função. No entanto, a maior parte das conclusões dos alunos diz respeito ao deslizamento da função. Sobre a latência dos hibridismos semântico e pragmático, Mayane Dore e Priscilla Anton concluem:

Tudo é híbrido, ou ao menos passível de hibridismo. Principalmente, a partir das perguntas que abordavam o contexto, chegou-se à conclusão que independentemente do seu projeto, uma vez que o objeto tenha sido inserido em um meio, estará inevitavelmente sujeito às novas funções [e/ou a novos significados]. As necessidades gerarão a função, e não exclusivamente a forma terá esse papel. De acordo com o repertório e códigos formais de uma cultura, um objeto pode sim incitar uma função, mas não necessariamente ela será cumprida no seu meio de existência. (...) ou seja, um objeto é sempre adaptável e sujeito a interpretações, e conseqüentemente, sua função nunca será única e exclusiva (DORE e ANTON, 2011, p.2).

Considerando a questão do deslizamento da função, os entrevistados citaram como exemplos de manifestações do hibridismo pragmático, os seguintes produtos:

- 1) Aquário e copo que viraram jarra
- 2) Lápis que prende o cabelo
- 3) Escada como apoio de plantas
- 4) Livro pesado para segurar papel
- 5) Chinelo para matar baratas
- 6) Alça de bolsa como cinto
- 7) Pregador de roupas para fechar embalagens
- 8) Meia para proteger câmeras fotográficas
- 9) Caneta “Bic” sem carga utilizada para fazer uma traqueotomia
- 10) Caixa de chocolates que serve para guardar moedas

Ainda sobre o hibridismo pragmático, Dore e Anton (2011, p.3) concluem:

Outro ponto importante que foi possível concluir foi uma nova forma de hibridismo que surgiu com a tecnologia. Tivemos mais de uma resposta que relacionava o hibridismo a objetos tecnológicos. Por exemplo, o iPod. Assim, podemos dizer que no mundo contemporâneo está em questão um novo pensamento, em que objetos têm a função de receber mais funções. São novos aplicativos que podem ser instalados de acordo com os seus próprios interesses. O interessante dessa forma de pensar é a autonomia que o indivíduo recebe, além da possibilidade de personalizar o objeto com as funções que mais lhe interessam.

Após a avaliação do exercício proposto, concluiu-se que ele cumpriu seu objetivo, pois levou os alunos a consolidar como os híbridismos se fazem presentes nos processos de projeção. Melo e Lemgruber (2011, p.20) atestam:

Por fim, concluímos que é importante entender que um produto pode se desdobrar em muitos produtos, que um objeto pode adquirir diferentes significados e que os objetos sempre comunicam. Como designers temos que estar atentos a todas as formas de comunicação e interação dos produtos gerados com o usuário. Pois um produto, por mais simples que aparente ser, é sempre complexo.

### 11.2.2. Embalagens híbridas, um exercício projetual:

Esta atividade, além de concluir o terceiro módulo, também resultou em um trabalho de conclusão do curso. Ela teve a duração de seis aulas, divididas em quatro fases: (1) abordagem do tema embalagens, conceitos e funções, (2) definições dos temas específicos, (3) desenvolvimento do projeto e (4) apresentação dos resultados. A distribuição das aulas e suas respectivas fases podem ser assim esquematizadas:

Aula	Fase	Descrição das atividades
01	Introdução ao tema	Apresentação da proposta geral Aula sobre embalagens: conceitos e funções
02	Definição dos temas	Definição dos temas específicos e <i>briefing</i>
03	Desenvolvimento <sup>167</sup>	Orientação coletiva
04		Orientação individual
05		Entrega da versão preliminar do trabalho final para considerações
06	Apresentação	Apresentação oral dos resultados das embalagens para a turma

Quadro 3 – Fases do módulo 3 da disciplina.  
Fonte: do autor (2012).

As embalagens, propostas como tema geral para o desenvolvimento da atividade de conclusão do curso, foram escolhidas por serem, elas mesmas, produtos híbridos. São tanto produtos que envolvem saberes do design gráfico

<sup>167</sup> De fato, tratou-se aqui de uma atividade acadêmica de especulação projetiva; um exercício de projeção muito expedito. No entanto, entende-se que, na realidade, “a maioria dos projetos de embalagem podem durar meses, especialmente se novo

quanto do design de produto. Elas são, em geral, produtos tridimensionais, mas com forte apelo para a questão da imagem. De acordo com Schulmann (1994, p.79),

O termo “embalagem” cobre um grande número de atividades que não são de mesma natureza. O desenho de uma etiqueta ou a decoração de uma embalagem são atividades em duas dimensões. A criação de uma garrafa ou de um frasco, de um pote ou de uma caixa de papelão são atividades em três dimensões. Um gabinete de computador e um invólucro de máquina também podem ser considerados como “embalagens”.

As embalagens são complexas, pois “interage[m] com muitas áreas da administração de negócios, relacionando-se com as características dos produtos, economia dos materiais, aspectos legais, automação comercial, política interna e mercadológica” (GURGEL, 2007, p.12).

Também as embalagens estão sujeitas às demandas específicas de cada produto e, de acordo com Gurgel (2007, p.13),

a embalagem deve cumprir a função de conter, transportar, mas pode ser agregada de benefícios e novas funções. Durante o uso ou após o produto ser utilizado, a embalagem deverá apresentar novas funções complementares, como a capacidade de se tornar um brinquedo ou de ser utilizada.

A partir dessas palavras de Gurgel, evidencia-se a embalagem como um produto funcionalmente híbrido ou, ao menos, portadora do hibridismo pragmático latente. As embalagens, enquanto produtos híbridos, também se relacionam com as questões contemporâneas da sustentabilidade<sup>168</sup>: reúso, ciclo total de vida dos produtos, prolongamento da vida dos produtos, enfim, multiplosusos. Sobre essa questão, Stewart (2010, p.141-142) comenta:

A definição da União Europeia de “reúso” (...) sugere que ela considera encher novamente contêineres para seu uso na intenção original. Uma visão mais abrangente de reúso pode considerar outras áreas, que então poderemos intitular “reúso do consumidor”. Alguns formatos de embalagem podem ser reutilizados em novas formas. Em prateleiras e armários, vemos embalagens contendo itens que são muito diferentes de seu conteúdo original. Caixas de metal com tampas basculantes ou não, por exemplo, podem conter fotografias ou parafusos, talvez esquecidos ou ainda em uso após muitos anos como contêineres de armazenagem convenientes. A ingenuidade humana se apropriou de embalagens e adaptou a sua funcionalidade para milhares de propósitos. Tudo depende fortemente do fato das embalagens utilizarem materiais duráveis, em particular o metal, vidro e plásticos. Aqui as formas de embalagem foram

---

ferramental ou extensas provas de *marketing* ou de produção forem necessários” (STEWART, 2010, p.43).

<sup>168</sup> Ver a seção intitulada *Hibridismo dos usos*, nesta tese.

reconhecidas como contêineres para armazenagem ou usáveis para outras finalidades, por exemplo, um vidro de geleia agora utilizado para conter pincéis ou garrafas plásticas utilizadas como boias para pesca, sustentando redes ou como boias marcando locais de pesca. (...) as qualidades estéticas das embalagens também são valorizadas, como demonstrado por garrafas serem utilizadas como vasos, não por economia, mas porque têm um aspecto elegante.

Evidenciam-se, pois, por meio do estudo das embalagens, as duas formas possíveis de hibridismos apresentadas nesta tese: (1) o hibridismo pragmático latente, presente em todas as embalagens, que se concretiza no reuso espontâneo e (2) o hibridismo concreto (projetado), presente nas embalagens concebidas como manifestações híbridas.

Também, a partir das observações empíricas, Stewart (2010, p.142) coloca a seguinte questão: “Poderia a embalagem ser desenhada de forma a incorporar um pós-uso claramente definido?”. Foi justamente esta pergunta que se apresentou para os alunos como um problema motivador do trabalho final da disciplina. Constata-se que, ainda que possam se apresentar como portadoras dos hibridismos sintático e semântico, as embalagens revelam-se, primordialmente, como produtos do hibridismo pragmático, nem que seja em potencial. Os seguintes projetos, apresentados pelos alunos da disciplina, fundamentam-se nessa premissa:

### 1) Embalagem para produtos pastosos + aplicador de pastas

*Autores:* Fernanda Carvalho, Marina Ribeiro e Priscilla Anton

*Produto embalado:* geleias, pastas, manteigas, entre outros

*Função principal:* contêiner para produtos pastosos

*Função acoplada:* faca para aplicar o produto

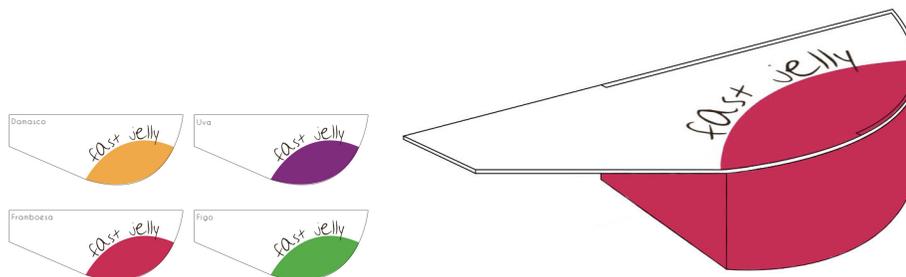


Figura 1 – Embalagem para produtos pastosos  
Fonte: Carvalho, Ribeiro e Anton (2011).

## 2) Embalagem para roupas infantis + suporte para colagem de figurinhas

*Autores:* Felipe Laboriau, Eduardo Franco, Letícia Moares e Rafael Lepritiê

*Produto embalado:* roupas infantis

*Função principal:* contêiner para roupas

*Função acoplada:* suporte para colagem de figurinhas e contêiner para papéis



---

Figura 2 – Embalagem para roupas infantis  
Fonte: Laboriau et al. (2011).

## 3) Embalagem para frascos de perfumes infantis + travesseiro para bebês

*Autores:* Iury Trannin, Mayane Dore, Nathália Francis e Raphaela Furtado

*Produto embalado:* frasco de perfume infantil

*Função principal:* contêiner para frasco de perfume

*Função acoplada:* travesseiro infantil



Figura 3 – Embalagem para frascos de perfumes infantis  
Fonte: Trannin et al. (2011).

### 11.3.Os híbridismos na embalagem da esponja de aço *Soul Power*

Dentre todos os projetos apresentados pelos alunos, destacam-se as embalagens para a esponja de aço, da marca fictícia *Soul Power*, desenhadas por Carolina Paredes, Deborah Isnard e Marcela Félix. O projeto das alunas fundamenta-se no repertório conceitual-teórico da linguagem híbrida do design, do qual retiram os argumentos da proposta.

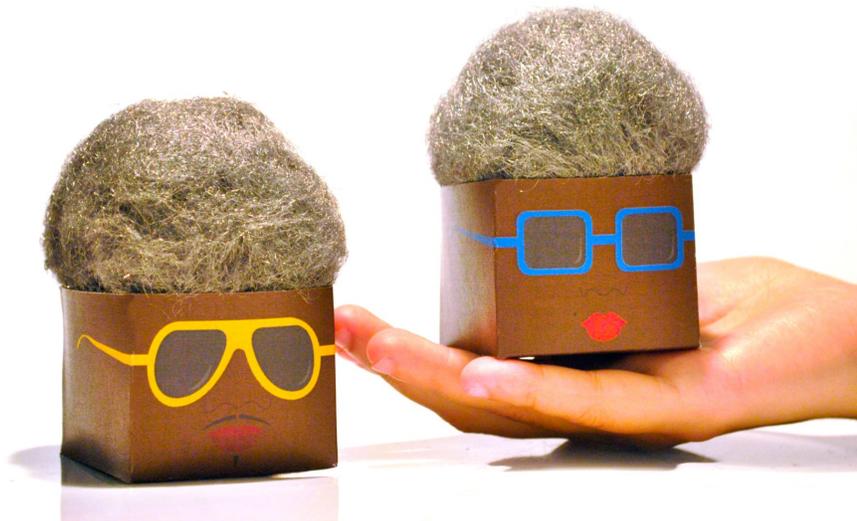


Figura 4 – Protótipos das embalagens projetadas.  
Fonte: Paredes, Isnard e Félix (2011, p.4-6).

De acordo com as autoras, o trabalho teve por objetivo “desenvolver uma embalagem, para um produto já existente no mercado, levando em conta o seu conceito e funções, de maneira a torná-la híbrida”. Sobre o processo projetual, explicam:

(...) analisamos a exposição do segmento de produtos de lã de aço nas gôndulas dos supermercados. Assim, observamos que as embalagens de diferentes marcas possuem características bastante semelhantes, dificultando a diferenciação por parte do consumidor no momento da compra e fazendo com que nenhuma delas se destaque. Isso porque, a maioria das empresas que comercializam lã de aço desenvolveu suas embalagens e marcas baseadas na Bombril, já que é uma marca do setor de higiene e limpeza doméstica firmada no mercado como uma empresa sólida, confiável e de produtos de qualidade. Atualmente, a marca chega a possuir 70% de participação neste setor, sendo assim, uma referência de qualidade no mercado de esponjas de aço. As embalagens de esponja de aço são confeccionadas com o mesmo material e formato (um saco plástico em formato retangular), além de utilizarem predominantemente as cores amarelo e vermelho, como uma maneira de assemelhar à referência do mercado, confundindo, em alguns casos, o consumidor diante das gôndulas do supermercado (PAREDES, ISNARD e FÉLIX, 2011, p.1).



Figura 5 – Marcas de lã de aço encontradas em uma gôndula de supermercado.  
Fonte: Paredes, Isnard e Félix (2011, p.1).

O projeto para a embalagem da esponja de aço da marca fictícia Soul Power, cujo nome é resultado da mistura do Soul com o Black Power, teve sua inspiração na iconografia da cultura Soul, a partir da qual se destacam as seguintes características predominantes:

- cabelo “black power”

- personagens afro-descendentes
- tipografia orgânica, deformada e ilustrativa
- óculos escuros grandes
- brincos de argolas
- cores vivas
- costeleta comprida, barba e bigode



Figura 6 – Referências iconográficas do projeto da esponja de aço Soul Power.  
Fonte: Paredes, Isnard e Félix (2011, p.2).

As alunas apostaram em uma embalagem individual para as esponjas de aço e desenvolveram uma série de caixas colecionáveis, pois em cada caixa há um personagem criado a partir do universo pesquisado. O objetivo foi atrair o consumidor para a compra e proporcionar-lhe a oportunidade de fazer sua própria coleção. Esta é uma estratégia comumente empregada no design de embalagens.

A embalagem consiste em uma caixa de cartão triplex. A base é um quadrado de 6cm de lado e a altura da caixa é de 4,5cm. Na face frontal, está representado o rosto do personagem e, nas laterais, as orelhas. Nas faces posterior e inferior da caixa estão a marca e as especificações técnicas do produto. A esponja, parcialmente exposta, compõe o personagem e cria uma referência ao cabelo “*black power*”. As cores empregadas são o marrom e o amarelo e o logotipo também tem sua inspiração na tipografia pesquisada.

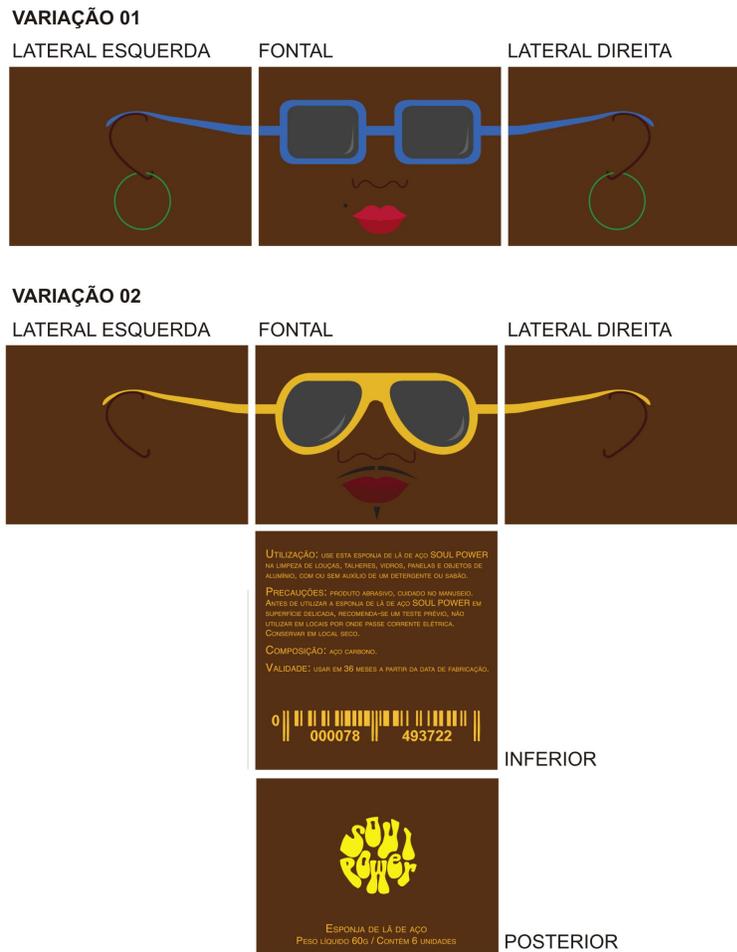


Figura 7 – Vistas das faces de duas caixas.  
Fonte: Paredes, Isnard e Félix (2011, p.3).

Nestas embalagens destacam-se os híbridos semântico e pragmático ou, mais especificamente, os híbridos dos contextos e dos usos. De acordo com Paredes, Isnard e Félix (2011, p.4), a embalagem foi concebida como “um boneco, um enfeite e até mesmo um *toy art*”. A esponja de aço, dentro do contexto da composição da embalagem, simboliza um cabelo “*black power*”. Evidenciam-se, pois, o sentido conotativo da esponja de aço e a sua função simbólica. Está, portanto, manifesto o híbrido semântico.

Quando desembalada, a esponja de aço está apta a cumprir sua função prática e, do conjunto, resta somente a caixa, a qual pode exercer a função de contêiner de outros produtos, uma vez que já não servirá mais, por razões técnicas, de contêiner do produto original.

De acordo com as autoras,

A embalagem da esponja de aço Soul Power pode ser considerada híbrida, na dimensão pragmática, pois pode ser utilizada, após a sua abertura, de uma maneira distinta da qual foi inicialmente projetada. Por possuir um formato prático e uma estética atraente, o consumidor pode utilizá-la como caixa para guardar utensílios como cliques, borrachas, brincos, entre outros (PAREDES, ISNARD e FÉLIX, 2011, p.4).

Assim, também explícito está o híbridismo pragmático.



---

Figura 8 – Outros usos para a embalagem da esponja de aço Soul Power.  
Fonte: Paredes, Isnard e Félix (2011, p.6).

#### 11.4. Referências

- BÜRGER, Pedro; SECCHIN, Gabriel. **Híbridismo no design**. Rio de Janeiro, 2011. Relatório de entrevista.
- CARVALHO, Fernanda; RIBEIRO, Marina; ANTON, Priscilla. **Fast jelly**. Trabalho de conclusão da disciplina Teorias e enfoques críticos da comunicação no design.
- DORE, Mayane; ANTON, Priscilla. **Híbridismo**. Rio de Janeiro, 2011. Relatório de entrevista.
- GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração da embalagem**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

- LABORIAU, Felipe et al. Rio de Janeiro, 2011. **Pintando o sete**. Trabalho de conclusão da disciplina Teorias e enfoques críticos da comunicação no design.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MELO, Ana; LEMGRUBER, Bernardo. **Resultados da entrevista sobre hibridismo no design**. Rio de Janeiro, 2011. Relatório de entrevista.
- MORAES, Dijon de. **Limites do design**. São Paulo: Studio Nobel, 2008.
- PAREDES, Carolina; ISNARD, Deborah; FÉLIX, Marcela. **Híbrido – Soul Power**. Rio de Janeiro, 2011. Trabalho de conclusão da disciplina Teorias e enfoques críticos da comunicação no design.
- PONTES, Dávila; MORAES, Letícia. **Experimentação de execução de entrevistas**. Rio de Janeiro, 2011. Relatório de entrevista.
- SCHULMANN, Denis. **O desenho industrial**. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- SILVA, Fernanda Carvalho da; MACHADO, Josilene da Silva. **Híbrido. Entrevistas**. Rio de Janeiro, 2011. Relatório de entrevista.
- STEWART, Bill. **Estratégias de design para embalagens**. São Paulo: Editora Blucher, 2010.
- TRANNIN, Iury et al. **Ninho de bebê**. Rio de Janeiro, 2011. Trabalho de conclusão da disciplina Teorias e enfoques críticos da comunicação no design.

## 12. Anexo: Percurso para a leitura e análise da semiose e suas limitações

O percurso que se propõe para a leitura e análise semiótica é aquele que leva em consideração, invariavelmente, a lógica da ação do signo peirceano, sua semiose. É, portanto, o próprio signo que ensina os homens a ler e analisar o mundo como linguagem (BRAIDA e NOJIMA, 2008a).

Cabe ponderar que, mesmo sendo um processo lógico, a leitura e análise semiótica é, sempre, um processo criativo. E é, justamente por pressupor uma criatividade, que, se adotada a semiótica como método, não há limites para as descobertas que estão por serem efetivadas no mundo.

A semiose, por mais rigorosa que se pretenda, tem que se haver como o vago dos signos para manter-se em seu caráter dialógico e para evoluir em direção à Verdade. Diante do vago, torna-se pois, imprescindível desenvolver um método de pensamento que permita aprimorar progressivamente os conceitos e determinar cada vez mais apuradamente a conduta (...) O Pragmatismo como método de conduta científica ... decorre da estratégia de se trabalhar o pensamento necessariamente vazado pela vagueza das interpretações (SILVEIRA, 2001, p.210 apud FERRARA, 2008, p.186).

### 12.1. Três passos para a leitura e análise semiótica

Um roteiro possível para a leitura e análise de signos é aquele que leva em conta as tricotomias propostas por Peirce.

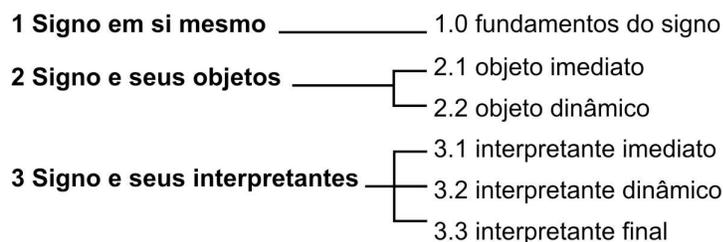


Figura 1 – A lógica para leitura e análise de um signo.  
Fonte: Braida (2007, p.88).

Para seguir tal roteiro, deve-se concentrar toda a atenção, num primeiro momento, no signo em si mesmo, depois na relação do signo com os objetos e, por último, na relação do signo com os interpretantes. Respeitando essa lógica das relações internas dos signos, Santaella (2005) propõe três passos para a leitura e análise semiótica: (1) abrir-se para o fenômeno e para o fundamento do signo; (2) explorar os poderes sugestivo, indicativo e representativo dos signos; e (3) acompanhar os níveis interpretativos do signo. A seguir, os três passos são mais bem explicitados.

### **12.1.1. Abrir as portas do espírito e olhar para os fenômenos: contemplar, discriminar e generalizar**

Santaella (2005, p.29) menciona que para se ler semioticamente um signo “o primeiro passo a ser dado é o fenomenológico: contemplar, então discriminar e, por fim, generalizar em correspondência com as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade”. A autora ainda afirma que “Peirce nos adverte que o exercício da fenomenologia exige de nós tão-só e apenas abrir as portas do espírito e olhar para os fenômenos” (SANTAELLA, 2005, p.29).

Contemplar significa desautomatizar a percepção e disponibilizar-se por inteiro para o que está diante dos sentidos, sem julgamentos ou interpretações. Contemplar é dedicar-se à arte de olhar demoradamente e captar dos fenômenos<sup>169</sup> somente as qualidades, ou seja, mirá-los como quali-signos. “Para Peirce, essa capacidade contemplativa corresponde à rara capacidade que tem o artista de ver as cores aparentes na natureza como elas realmente são, sem substituí-las por nenhuma interpretação” (SANTAELLA, 2005, p.30).

A discriminação implica em um olhar observacional sobre os fenômenos, encarando-os como sin-signos. Segundo Ferreira (1997 apud SANTAELLA, 2005, p.31), discriminar implica em observar as características existenciais dos fenômenos, daquilo que é irrepetível e único. Deve-se identificar as singularidades dos fenômenos e reconhecer os limites que o diferenciam do contexto ao qual pertence, ou seja, distinguir partes do todo.

Por fim, conforme Santaella (2005, p.32) apresenta, generalizar é “abstrair o geral do particular, extrair de um dado fenômeno aquilo que ele tem em

---

<sup>169</sup> De acordo com Santaella (2005c, p.33), quando se analisa o fundamento, que é o nível primeiro dos signos, o analista encontra-se ainda no domínio da fenomenologia, pois, nesse nível, os signos nos aparecem como fenômenos.

comum com todos os outros com que compõe uma classe geral”. As generalizações são realizadas a partir da identificação do aspecto de lei de um determinado fenômeno, reconhecendo-o como um legi-signo.

Nesse primeiro nível da leitura, consideram-se os três fundamentos do signo (qualidade, existência e aspecto de lei), propriedades que permitem que as coisas funcionem como signos, ou seja, que possibilitam às coisas representarem algo que está fora delas e produzem um efeito em uma mente interpretadora.

### **12.1.2. Explorar os poderes sugestivos, indicativos e representativos dos signos**

Uma vez observado o signo em si mesmo, parte-se para a análise da relação dele com seu objeto. Na verdade, o signo tem dois objetos: um dinâmico (externo ao signo) e outro imediato (interno ao signo). A análise semiótica nesse nível deve ser iniciada pelo objeto imediato, pois é por meio dele que o objeto dinâmico se faz presente.

O modo pelo qual o signo se refere ao objeto dinâmico é determinado pelo fundamento do signo e, por isso, são três as espécies de olhares que se deve desenvolver. Cada olhar leva em consideração um dos aspectos do signo: qualitativo, de existência e de lei. Dessa distinção surgem os três tipos de objetos imediatos: descritivos, designativos e copulantes.

De acordo com Santaella (2005, p.34)

a apreensão do objeto imediato do quali-signo exige do contemplador uma disponibilidade para o poder de sugestão, evocação, associação que a aparência do signo exhibe. Sob esse olhar, o objeto imediato coincide com a qualidade da aparência do signo, uma vez que qualidades de aparência podem se assemelhar a quaisquer outras qualidades de aparência.

Num segundo olhar, levando-se em consideração o sin-signo, “o objeto imediato é a materialidade do signo como parte do universo a que o signo existencialmente pertence” (SANTAELLA, 2005, p.34). O objeto imediato aparece como parte de um outro existente (objeto dinâmico). E, finalmente, uma terceira espécie de olhar, leva em consideração a propriedade de lei do signo, ou seja, o legi-signo com fundamento. “Dessa forma, o objeto imediato é um certo recorte que o objeto imediato apresenta de seu objeto dinâmico” (SANTAELLA, 2005, p.35).

Por outro lado, e, na sequência, deve-se analisar o signo a partir do seu objeto dinâmico, o qual determina o modo como o signo se refere ao que busca representar. São três os modos através dos quais os signos se reportam aos seus objetos dinâmicos: icônico, indicial e simbólico. Nos ícones, a referencialidade é aberta e se concretiza por meio de similaridades; nos índices, ela é direta e pouco ambígua; nos símbolos, torna-se mais complexa, porque, tendo sua base nos legi-signos, são quase sempre convenções culturais.

Tal como lembra Ferreira (1997 apud SANTAELLA, 2005, p.42),

o signo é múltiplo, variável e modifica-se de acordo com o olhar do observador (...). Mas é preciso lembrar que o signo tem uma autonomia relativa em relação ao seu intérprete. Seu poder evocativo, indicativo e significativo não depende inteiramente do intérprete. Este apenas atualiza alguns níveis de um poder que já está no signo.

### **12.1.3. Acompanhar os níveis interpretativos do signo**

Da análise da referencialidade dos signos, passa-se para análise do processo interpretativo em todos os seus níveis. É na relação do signo com o interpretante que ele completa sua ação como tal. E, considerando a lógica peirceana do inclusivo, a interpretação embute outros dois aspectos do signo, quais sejam, o de seu fundamento e o da sua relação com o objeto.

Seguindo a complexidade da semiose, deve-se aproximar dos três interpretantes do signo na seguinte sequência: (1) interpretante imediato, (2) interpretante dinâmico e (3) interpretante final. A análise semiótica deve, então, dar conta desses três interpretantes, seguindo essa mesma ordem de aproximação.

Quando analisamos o interpretante imediato [o qual é interno ao signo] em um processo de signos, temos de levar em consideração o fato de que, por ser um interpretante em abstrato, potencial, o que fazemos na realidade, no ato da análise, é levantar, a partir do exame cuidadoso da natureza do signo, da relação com o objeto e do potencial sugestivo, no seu aspecto icônico, referencial, no seu aspecto indicial, e significativo, no seu aspecto simbólico, algumas das possibilidades que julgamos que o signo apresenta (SANTAELLA, 2005, p.38-39).

No lugar do interpretante dinâmico aparece a figura do analista, ou seja, do intérprete. Enquanto receptores e analistas, os homens se encontram na posição lógica do interpretante dinâmico e se coloca na pele de um intérprete singular com sua interpretação também particular. De acordo com Santaella (2005, p.40), quando “chegamos na etapa do interpretante dinâmico, estaremos explicitando os níveis interpretativos que as diferentes facetas do signo efetivamente

produzem em um intérprete”. Tais níveis distribuem-se em três camadas: (1) camada emocional (qualidades de sentimento), (2) camada energética e (3) camada lógica (a mais importante quando o signo visa a produzir cognição).

Já o interpretante final, para o qual o interpretante dinâmico tende, “este não pode ser nunca efetivamente alcançado por um intérprete particular” (SANTAELLA, 2005, p.41). Cabe, ainda, citar que são três os níveis de interpretante existente na relação do signo com o interpretante final: rema, dicente e argumento.

Podemos dizer, enfim, que um rema é um signo que é entendido como representando seu objeto apenas em seus caracteres; que um dici-signo é um signo que é entendido como representando seu objeto com respeito à existência real e que um argumento é um signo que é entendido como representando seu objeto em seu caráter de signo (SANTAELLA, 2005, p.27).

Ao chegar ao interpretante final, completa-se o processo de análise do signo e da semiose, da interpretação analítica da potencial ação do signo.

## 12.2. Limitações do método

De acordo com Serra (2006, p.130), “a escolha de um determinado método ou métodos adequados à determinada pesquisa é crucial para o seu maior ou menor sucesso” e tal escolha deve ser feita em função do reconhecimento do problema, do objeto, dos objetivos, das hipóteses, dos recursos disponíveis e das restrições inerentes às pesquisas. No entanto, ao se eleger um método, ou seja, um “caminho a ser percorrido, demarcado, do começo ao fim, por fases e etapas” (RUDIO, 2007, p.17), deve-se estar ciente das limitações de abordagem intrínsecas a ele.

Portanto, acredita-se que a conscientização e a explicitação das limitações impostas pelo método são tão importantes quanto a própria exposição detalhada do método utilizado. Por isso, deve-se evidenciar que a principal limitação da leitura e análise semiótica está no fato de ser empreendida por um único analista, o qual carrega consigo um repertório próprio.

De acordo com Chiachiri Filho (2004, p.12),

evidentemente, toda interpretação necessita de uma mente interpretadora. Sabemos que, ao realizar uma análise sónica, acabamos por ocupar, queiramos ou não, a posição lógica do interpretante dinâmico, isto é, a posição de uma mente singular, existente, psicológica, com o repertório cultural e intelectual de que ela dispõe.

Nesse sentido, há uma indagação que deve ser apresentada: não seriam as interpretações de um único analista extremamente singulares, incompletas e, portanto, falíveis? Santaella (2005, p.39-40) propõe uma resposta para tal inquietação:

Como contraponto para as análises individuais, e na tentativa de evitar a singularidade que lhes é própria, a ciência faz uso das pesquisas de campo, pois estas têm por função avaliar que efeitos um dado processo de signos está produzindo em um determinado universo de pessoas. Não obstante a importância desse tipo de pesquisa, não se pode esquecer de que seus resultados se baseiam em quantificações de atos interpretativos meramente intuitivos. Assim sendo, o que ganha em coletivização da interpretação perde-se em acuidade analítica. A importância dessa acuidade para se conhecer o potencial comunicativo de um determinado processo de signos advém do fato de que, quando analisamos signos, estamos diante de um processo interpretativo que tem por objeto um outro processo que também tem natureza comunicativa e interpretativa.

Ressalta-se que, se por um lado a decisão de não privilegiar a consulta a um universo representativo de pessoas evidencia uma limitação da leitura e análise semiótica, por outro, favorece a primazia pela acuidade analítica. A decisão por um método e por uma técnica mais apropriados em uma pesquisa, vai ao encontro dos objetivos estabelecidos, das restrições e dos recursos disponíveis para cada investigação. Ainda, segundo Chiachiri Filho (2004, p.12),

é a própria semiótica peirceana que nos revela que a mensagem apresenta uma objetividade sógnica da qual não podemos escapar, se realizamos uma leitura que fica atenta a essa objetividade. Toda mensagem, de qualquer tipo que seja, apresenta um interpretante imediato, a saber, um potencial para ser interpretada, sua interpretabilidade. A leitura cuidadosa dos meandros da construção sógnica visa justamente ficar rente a esse potencial. Embora saibamos que uma interpretação de um intérprete particular não seja jamais capaz de atingir a interpretabilidade das mensagens em sua completude, o diálogo com a mensagem no seu modo de se fazer, na objetividade semiótica que apresenta, pode nos deixar com alguma certeza de que algo de sua verdade pode ser revelado.

### 12.3. Referências

- BRAIDA, Frederico. **Um estudo da semiose do design nos sites oficiais das capitais do sudeste brasileiro.** (Orientadora: Dra. Vera Lúcia Nojima). Rio de Janeiro: PUC-Rio – Programa de Pós-Graduação em Design, 2007.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. A semiose do design no site oficial da cidade de São Paulo. In: II Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2008, São Paulo. **Anais...**, 2008a.

- CHIACHIRI FILHO, Antonio Roberto. As estratégias para a produção de efeitos sugestivos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. 13 p. **Anais eletrônico...** São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18157/1/R0605-1.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2007.
- FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Comunicação espaço cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.
- RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. 2. reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- SERRA, Geraldo G. **Pesquisa em arquitetura e urbanismo**: guia prático para trabalho de pesquisadores em pós-graduação. São Paulo: Edusp: Mandarim, 2006.