

Tipologia da linguagem híbrida do *Design*¹

Vera Nojima
Frederico Braidá

Introdução

A rede de pesquisa Tríades configura-se como um lugar de investigação acadêmica, constituído por pesquisadores que atuam no grupo de estudos Tríades: *Design*, Linguagens, Transversalidade, coordenado pela prof^a. dr^a. Vera Lucia Nojima, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), bem como no grupo de pesquisa das Linguagens e Expressões da Arquitetura, Urbanismo e Design, vinculado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e ao Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), liderado pelo prof. dr. Frederico Braidá.

Essa rede de pesquisa desenvolve estudos sobre o *Design*, considerando a premissa de que *Design* é um fenômeno da linguagem. Nessa perspectiva, têm sido consideradas as imbricações entre *Design*, um campo em aberto

¹ As questões sobre a linguagem híbrida do *design* tratadas neste artigo foram apresentadas na tese de doutorado de Frederico Braidá, orientado por Vera Lúcia Nojima e Monica Moura. Uma versão anterior de parte deste texto foi apresentada no Colóquio Internacional de Semiótica (COLSEMI), no Rio de Janeiro, em 2015.

cuja construção ontológica se encontra em pleno desenvolvimento, e as ciências da comunicação, sobretudo, a Semiótica.

Ao longo das pesquisas, percebemos que se tornou rotineiro afirmar que as manifestações expressivas e significantes, consideradas não verbais, ou não linguísticas, ou ainda não completamente dependentes dos meios linguístico-verbais, como a pintura, a escultura, o cinema, a arquitetura e o *design* são linguagens. Entretanto, na perspectiva do *Design*, consideramos que não se trata apenas de uma tentativa de investigar as linguagens não verbais por meio dos conhecimentos já sistematizados para o estudo das línguas – a linguagem verbal.

Observamos o cuidado e a precisão requeridos quando afirmamos que “*Design* é linguagem”, para não repetir apenas os modelos que propõem adaptações simplistas e mecanicistas dos conceitos desenvolvidos no estudo das línguas. Para tanto, entendemos ser de fundamental importância compreender quais os sentidos são legítimos nos usos do termo “linguagem”, quando se trata do campo do *Design*, sobretudo quando se trata de abordá-lo sob o ponto de vista da Semiótica.

***Design*, fenômeno de linguagem**

Fiorin (2009, p. 8) afirma que “a linguagem é um fenômeno extremamente complexo, que pode ser estudado de múltiplos pontos de vista, pois pertence a diferentes domínios”. Como se vê, conceituar “linguagem” não é muito fácil, haja vista as múltiplas aplicações e acepções encontradas em diversos autores dos mais variados campos do saber.

Das duas noções para “linguagem”: uma mais restrita, significando “língua”, e outra mais ampla, entendida como um “fenômeno semiótico lato”, abarcando, sobretudo, as manifestações mais gerais, ficamos com a segunda. Assim, adotamos o conceito peirceano de que a “linguagem” é a faculdade que o homem tem de se comunicar por meio de signos, quer verbais articulados, ou seja, a língua quer por qualquer outra manifestação realizada por signos como os gestos, os sinais de trânsito, uma marca ou um objeto. (PEIRCE, 1977)

E, entendendo que o estudo das linguagens é da alçada da Semiótica, esta representa um aporte teórico legítimo para a abordagem conceitual, e até mesmo metodológica, nas investigações sobre o *Design* como fenômeno de linguagem. Sua ação é fluida e maleável, pois permeia as mais variadas áreas, atividades e disciplinas e se assenta no raciocínio de uma amplitude transversal e transdisciplinar.

Ressaltamos 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 no campo, dentro das suas múltiplas modalidades, e que seja coerente falar em “linguagens do *Design*”.

Como a ciência geral dos signos ou ciência da significação, ou ainda, a ciência que estuda todas as linguagens (SANTAELLA, 2001, p. 13), temos visto que a Semiótica disponibiliza um profícuo instrumental não só para as investigações a respeito do *Design*, mas, sobretudo, para seus processos de projeção.

Reconhecemos duas ênfases, dependentes, porém diferentes, que decorrem da afirmação: *Design* é linguagem. A abordagem “como fenômeno de linguagem” diz respeito a uma operação metodológica, o estudo da linguagem propriamente dita ligado à questão constitutiva, ontológica e epistemológica. Compreender o *Design* como fenômeno de linguagem é entendê-lo como fenômeno de comunicação, ou seja, entender que os produtos são constituídos por meio de signos e sistemas de signos, os quais são capazes de gerar significados.

Por outro lado, a investigação sobre as linguagens do *Design* pressupõe entender como os signos se estruturam dentro desse campo. Sudjic (2010) afirma que a linguagem do *Design* serve para sugerir o gênero de um objeto, muitas vezes pelo meio menos sutil, pela cor, pela forma, pelo tamanho e por referências visuais. Também Bürdek (2006) menciona que a linguagem é um meio de interpretação da realidade e a linguagem do produto permite ao consumidor/usuário possibilidades de identificar-se com ele.

No que concerne à pesquisa, a rede Tríades vem desenvolvendo trabalhos importantes em torno do tema “linguagens do *Design*”, em nível de mes-

trado e doutorado, e até de iniciação científica, publicados em artigos, livros e anais de congressos científicos.

Uma dessas pesquisas resultou da discussão conceitual que alicerçou a investigação de doutorado de Frederico Braidá, atualmente coordenador do grupo de pesquisa das Linguagens e Expressões da Arquitetura, Urbanismo e *Design* (LEAUD) no Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído da UFJF, cujo objeto foi a linguagem híbrida do *Design*. Das reflexões sobre este trabalho, resultaram dois livros publicados em 2014. O primeiro deles: “*Porque design é linguagem?*” visa esclarecer em que sentidos são legítimos os usos do termo “linguagem” quando aplicado no campo do *Design*. O outro evidencia como a semiótica de extração peirceana respalda a compreensão do *Design*. Relaciona três tríades que têm conformado a área e constitui o seu aporte teórico. *Tríades do Design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função* é a nossa contribuição para que análises críticas e reflexivas em interfaces com outras áreas do conhecimento sejam desenvolvidas.

As tríades do *Design*

As tríades do *Design* mencionadas carregam os substratos semióticos dos processos de hibridização presentes nos produtos, que nos cercam nos dias de hoje, para o foco da linguagem híbrida do *Design*, o assunto do nosso terceiro livro, que se encontra no prelo. Este tema partiu de uma visão contemporânea para afirmar que, ontologicamente, o hibridismo está presente na linguagem do *Design*. E, é sob a perspectiva desses estudos que pretendemos explicitar a tipologia da linguagem híbrida do *Design* como um instrumento tanto para leitura e análise quanto para a projeção de produtos híbridos.

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. Confirmamos que “híbrido” é um conceito contemporâneo, apesar da carga predominantemente ideológica tão relevante nos debates da pós-modernidade.

Podemos 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, conforme afirma Canevacci (2010, p. 9) “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.”

Hibridismo é um conceito contemporâneo, voltado para a compreensão de uma sociedade também contemporânea de multiplicidades, de misturas e de convergências, na qual tudo, potencialmente, se hibridiza: as culturas, as comunicações e as artes; também as mídias, as linguagens, os signos etc. e ainda o *Design*.

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. Desde as últimas décadas do século XX, pode-se observar a utilização da palavra “híbrido” e suas variações em contextos muito diversificados, designando, 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; LÉVY, 2005; MARTÍN BARBERO, 2001; MCLUHAN, 1971; PLAZA, 2003), 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, 2005, 2010)

Depreendemos, então, que o emprego do vocábulo “híbrido” e suas variações se mostram mais flexíveis e abrangentes que outros como “sincretismo”, “mestiçagem”, “miscigenação”, “fusão” ou quaisquer outras palavras que representem 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.

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 da noção de

“mistura” e da criação de algo novo. Esta noção pode abarcar todas as definições aplicadas aos diversos campos.

No *Design*, o hibridismo encontra abordagens diferentes que variam de acordo com o marco teórico utilizado pelos autores/pesquisadores, bem como em função dos objetivos de suas investigações.

Observamos dois tipos principais de abordagem dos hibridismos no campo do *Design*, os quais, embora se diferenciem entre si, sobretudo pelo referencial teórico que os sustentam, complementam-se e assim se constituem:

- a produção do *Design* no seio de uma cultura híbrida ou num contexto de “globalização”;
- e 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.

A Semiótica tem para o *Design* uma dimensão especial. Não se trata apenas de aplicar categorias e princípios teóricos para explicar as relações de interlocução entre *designer* – pesquisa/projeto/produto – usuário. Estudá-las como manifestações do *Design* que se fundamentam no pressuposto de que o conhecimento, o uso e a manutenção de todo e qualquer produto projetado, produzido e colocado no mercado consiste no vínculo que o homem (usuário) com ele estabelece no processo de apropriação, isto é, no contexto de uma terceiridade semiótica.

A tipologia da linguagem híbrida do *Design*

As abstrações teóricas da Semiótica indicam 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*.

No plano geral e mais abstrato, os hibridismos se dão no âmbito das dimensões semióticas das linguagens. A tipologia da linguagem híbrida do *Design* obedece à 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).

São três os principais tipos de hibridismos, dentre os quais se podem inserir todos os tipos de hibridismos existentes no *Design*:

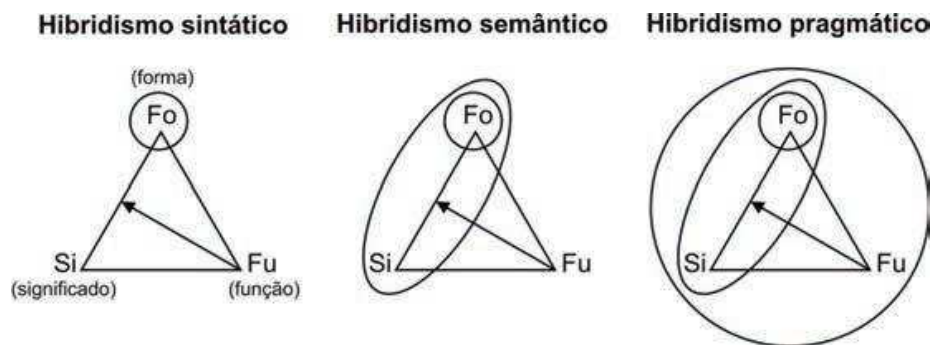
- hibridismo sintático;
- hibridismo semântico;
- e hibridismo pragmático.

Estes tipos apresentam subdivisões, que podem descrever todas as manifestações híbridas no *Design* contemporâneo. As subdivisões referem-se aos aspectos das misturas, aos processos pelos quais originaram um determinado produto híbrido.

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 proposto por Nadin (1990), agora aplicado à tipologia da linguagem híbrida do *Design*.

Figura 1 – Esquema das relações entre os tipos de hibridismos e os elementos da tríade do *Design*



Fonte: Adaptado de Nadin (1990, p. 7).

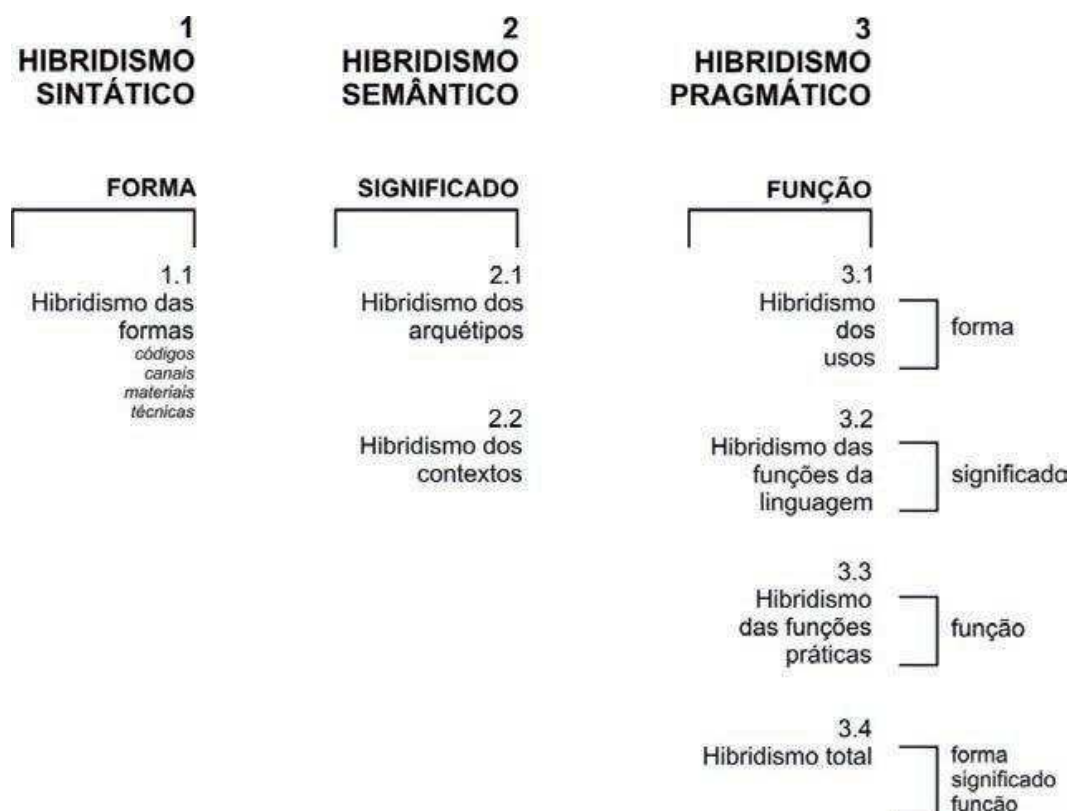
Essa é a lógica geral da formação dos híbridos no campo do *Design*. Porém, essa divisão primária desdobra-se em subtipos mais específicos, compondo uma tipologia mais ampla. A arquitetura dos tipos nasceu, então, das possibilidades lógicas de se relacionar os elementos da tríade do *Design* (forma, significado e função) entre si, respeitando a lei do inclusivo.

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.

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 arquétipos (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.

Figura 2 – Tipologia da linguagem híbrida do *Design*



Fonte: Braida (2012, p. 236).

Neste artigo, nos deteremos apenas nas principais divisões, portanto, explanaremos, brevemente, sobre os três tipos principais:

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 serem 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, 2005, p. 112, grifo do autor) 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)

A tipologia das manifestações híbridas do *Design*, no nível da dimensão sintática, volta-se 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.

Assim, são subtipos do hibridismo sintático:

- hibridismo dos códigos;
- hibridismo dos canais;
- hibridismo dos materiais;
- e hibridismo das técnicas ou tecnologias.

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 ao cumprir 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.

É preciso notar que é pelo uso que se atingem os significados. Assim, torna-se possível ver uma nítida relação de dependência do hibridismo semântico com os hibridismos sintático e pragmático. Esta é, no plano mais abstrato, a própria lógica da ação do signo: um primeiro que se liga a um segundo com a mediação de um terceiro.

São dois os tipos de hibridismo semântico:

- hibridismo dos arquétipos;
- e hibridismo dos contextos.

Hibridismo pragmático

O hibridismo pragmático envolve 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*, no cumprimento da função prática dos produtos. O hibridismo pragmático diz respeito às múltiplas funções dos produtos e às suas variadas possibilidades de uso.

São quatro tipos do hibridismo pragmático:

- hibridismo dos usos;
- hibridismo das funções da linguagem;
- hibridismo das funções práticas; e
- hibridismo total.

Considerações finais

Como se buscou demonstrar, a busca por uma tipologia da linguagem híbrida do *Design* fundamenta-se na Semiótica. Tal tipologia apresentada

pode ser entendida como um diagrama da lógica que preside as formações híbridas no campo do *Design*. Portanto, tivemos como objetivo evidenciar os substratos semióticos dos processos de hibridização presentes nos produtos (no sentido lato).

Partindo de uma visão contemporânea, buscamos 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.

Assim, com a explicitação da tipologia da linguagem híbrida do *Design*, um instrumento tanto para leitura e análise quanto para a projeção de produtos híbridos, 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.

Referências

- BAKHTIN, M. M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BRAIDA, F. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. 2012. 282 f. Tese (Mestrado em Design) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- BÜRDEK, B. E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- BURKE, P. *Hibridismo cultural*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- CANEVACCI, M. Prefácio. In: COSTA, C. Z. *Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura*. São Paulo: Annablume, 2010. p. 8-9.
- DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e ideologia*. 8. ed. São Paulo: Ática, 2009.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2005.

- MACHADO, A. *Arte e mídia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2008.
- MARTIN BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1971.
- NADIN, M. Design and semiotics. In: KOCH, W. A. *Semiotics in the individual sciences*. Bochum: Brockmeyer, 1990. p. 418-436. v. 2.
- NIEMEYER, L. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- PLAZA, J. *Tradução intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- SANTAELLA, L. *A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade*. São Paulo: Paulus, 2010.
- SANTAELLA, L. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual verbal: aplicações na hipermídia*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005.
- SANTAELLA, L. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- SUDJIC, D. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

