

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ FORA
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO**

Taís de Souza Alves Coutinho

**A COMUNICAÇÃO E
SEMIÓTICA NOS
CURSOS DE
GRADUAÇÃO EM
DESIGN NO BRASIL:
PROPOSTA DE CRIAÇÃO
DE EIXOS DE CONTEÚDOS**

**Orientador:
Frederico Braida**

**Coorientadora:
Vera Nojima**

SETEMBRO DE 2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Taís de Souza Alves Coutinho

A COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL:
PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE EIXOS DE CONTEÚDOS

Juiz de Fora
2025

Taís de Souza Alves Coutinho

**A COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL:
PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE EIXOS DE CONTEÚDOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Redes, Linguagens, Memórias.

Orientador: Prof. Dr. Frederico Braidá Rodrigues de Paula

Coorientadora: Profa. Dra. Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

**Juiz de Fora
2025**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Coutinho, Taís de Souza Alves .

A Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil : proposta de criação de eixos de conteúdos / Taís de Souza Alves Coutinho. -- 2025.
270 f. : il.

Orientador: Frederico Braida Rodrigues Paula

Coorientadora: Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2025.

1. Comunicação. 2. Semiótica . 3. Design . 4. Ensino. I. Paula , Frederico Braida Rodrigues , orient. II. Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos , coorient. III. Título.

Taís de Souza Alves Coutinho

**A COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO
EM DESIGN NO BRASIL: PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE EIXOS DE
CONTEÚDOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós – Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 08 de setembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Frederico Braida Rodrigues de Paula - Orientador

Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof.^a Dr.^a Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima - Coorientadora

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof.^a Dr.^a Iluska Maria da Silva Coutinho

Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Carlos Pernisa Júnior

Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Rodrigo Bicalho Mendes
Universidade do Estado de Minas Gerais

Prof.^a Dr.^a Raquel Ferreira da Ponte
Universidade Federal do Rio de Janeiro



Documento assinado eletronicamente por Frederico Braida Rodrigues de Paula, Professor(a), em 08/09/2025, às 19:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Carlos Pernisa Junior, Professor(a), em 08/09/2025, às 19:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Vera Lucia moreira dos Santos Nojima, Usuário Externo, em 08/09/2025, às 21:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Rodrigo Bicalho Mendes, Usuário Externo, em 10/09/2025, às 15:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Iluska Maria da Silva Coutinho, Professor(a), em 10/09/2025, às 16:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por Raquel Ferreira da Ponte, Usuário Externo, em 15/09/2025, às 11:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador 2564256 e o código CRC 08E90DE6.

Dedico esse trabalho à minha querida mãe, Lulude, in memoriam, que me apresentou a educação como uma possibilidade de evolução pessoal e profissional.

AGRADECIMENTOS

Neste momento tão esperado por tantos anos, tenho necessidade de agradecer a muitos que me apoiaram. Primeiro, a Deus que até aqui me fez compreender que existe algo maior em quem podemos confiar e a quem devemos respeitar.

Agradeço aos meus pais, Maria de Lourdes Souza Alves e Almir Antônio Alves, (ambos in memoriam) que me possibilitaram ser a pessoa que sou hoje, me passando valores em que acredito e desejo passar à minha filha. Foram pessoas simples que sempre deram importância à educação, ao trabalho, à ética e à convivência familiar harmônica. Vocês me proporcionaram o ambiente propício para a minha caminhada. De minha mãe, segui o ofício de docência. E de meu pai, a vontade de viver buscando a felicidade enquanto estamos por aqui.

Ao meu marido, José Carlos Gonçalves Coutinho, que desde a hora em que decidi voltar a estudar, após 20 anos, me deu todo o apoio. Dedicou-se inteiramente à nossa família para que eu pudesse ter a tranquilidade necessária para as atividades do doutorado. Fomos, sem dúvida, uma equipe imbatível!

À minha filha Isabela, de quem, muitas vezes, tive que me afastar, indo para as aulas em Juiz de Fora, ou estudando durante horas e horas, sem poder dar a atenção que ela merece. Você foi uma guerreira, minha filha! Eu via no seu rosto o orgulho que tinha de mim, quando eu falava que iria estudar.

Aos meus irmãos Alex e Aline, a quem eu tanto amo. Vocês me ajudaram a entender que eu precisava fazer o doutorado e que teria apoio da família para isso.

Ao meu sogro José Carlos Coutinho, que foi essencial para mim durante o primeiro ano de curso. Sempre disponível e pronto para ajudar. E à minha sogra, Maria das Graças Gonçalves Coutinho, pelo cuidado de sempre comigo em Juiz de Fora. Sem vocês, não seria possível!

Aos meus colegas de trabalho da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG Ubá), pelo apoio e parceria de sempre. Em especial, ao professor Rodrigo Bicalho Mendes que sempre esteve por perto no auxílio e dicas de pesquisa.

Aos meus colegas do grupo de pesquisa do Laboratório de Estudo das Linguagens e Expressões da Arquitetura, Urbanismo e Design (LEAUD), da UFJF, pelo apoio desde o início, com sugestões e apontamentos para a pesquisa. Nossas discussões proveitosas de segunda-feira ficarão para sempre. Ao professor Marcelo Tavares, amigo do grupo, pelo incentivo e palavras carinhosas de acolhimento.

Ao meu querido orientador, professor Dr. Frederico Braidá, por me dar as mãos durante todo o processo com tanto apoio e dicas valiosas. Você confirmou, nesses quatro anos, tudo aquilo que eu imaginava e já havia ouvido sobre o seu trabalho e como pessoa também. Você

é muito mais do que um orientador. Sabe “ler” o seu orientado e entender cada fase, contribuindo de maneira espetacular para o nosso crescimento.

Agradeço, ainda, à professora Vera Nojima, pela coorientação do trabalho, com sugestões sempre muito pertinentes. E aos professores do PPGCOM, pelas trocas e ensinamentos que levarei para a vida.

Por fim, cito o mestre Fernando Pessoa: “tudo vale a pena se a alma não é pequena”. Sinto-me mais confiante e apaixonada pela educação e tenho a certeza de que ela salva vidas.

*O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Design deve ser visto como uma linguagem e, para a sua abordagem, tanto a Comunicação quanto a Semiótica oferecem um aporte teórico fundamental”. (Frederico Braidà)

RESUMO

Esta pesquisa versa sobre o ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design. Parte do seguinte problema: quais as possibilidades de inserção do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil? O objetivo principal foi propor a criação de eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica essenciais para a formação em Design. Metodologicamente, a pesquisa foi predominantemente qualitativa, assumindo, em alguns momentos, aspectos quantitativos. Para a coleta de dados, foram aplicados questionários com professores do curso de Design, professores de Comunicação e Semiótica e coordenadores dos cursos de graduação em Design no Brasil e foram realizadas entrevistas com docentes especialistas das áreas de Comunicação e Semiótica. A partir das etapas anteriores, foi apresentado um diagnóstico do cenário dos estudos no Brasil e proposta a criação de eixos de conteúdos para o ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design nas instituições brasileiras. O primeiro Eixo de Fundamentação, Experimentação e Aplicação propõe que os conteúdos de Comunicação e Semiótica sejam trabalhados de forma progressiva ao longo de todo o curso. O segundo Eixo Contínuo e Transversal, a Comunicação e Semiótica pode ser estudada como um conhecimento fundamental que permeia as disciplinas básicas, específicas e teórico-práticas do curso, não ficando restrita a um único componente curricular, apesar de se defender a existência desse componente em todos os eixos. O Eixo Espiral e Integrador tem como objetivo estimular uma visão integrada do campo do Design e sobre como a Comunicação e Semiótica pode auxiliar no desenvolvimento de projetos articulados entre teoria e prática. Ao final, ratificou-se a hipótese de que uma ordenação sistemática dos conteúdos das disciplinas específicas (quase sempre de fundamentação) de forma transversal de Comunicação e Semiótica é imprescindível nas matrizes curriculares nos cursos de graduação em Design no Brasil. Concluiu-se que os três eixos de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica colaboram para uma reflexão crítica sobre como o campo da Comunicação pode contribuir para a integração com outras áreas do conhecimento e, especificamente nesta tese, para o campo do Design. Ao mesmo tempo, provoca discussões sobre a necessidade de um processo de ensino-aprendizagem que seja transversal, com planejamentos contínuos e dialogados.

Palavras-chave: Comunicação; Semiótica; Design; Ensino.

ABSTRACT

This research focuses on the teaching of Communication and Semiotics in undergraduate Design programs. Its starting point is the following question: what are the possibilities for including Communication and Semiotics in undergraduate Design programs in Brazil? The main objective was to propose the creation of axes of Communication and Semiotics content essential for Design education. Methodologically, the research was predominantly qualitative, occasionally incorporating quantitative aspects. To collect data, questionnaires were administered to Design faculty, Communication and Semiotics faculty, and coordinators of undergraduate Design programs in Brazil, and interviews were conducted with faculty experts in the fields of Communication and Semiotics. Based on the previous steps, a diagnosis of the current study landscape in Brazil was presented, and a proposal was made for the creation of content axes for teaching Communication and Semiotics for undergraduate Design programs at Brazilian institutions. The first Axis of Foundation, Experimentation, and Application proposes that Communication and Semiotics content be developed progressively throughout the course. The second Axis, Continuous and Cross-Cutting, Communication and Semiotics, can be studied as fundamental knowledge that permeates the core, specific, and theoretical-practical disciplines of the course, not being restricted to a single curricular component, although this component is advocated in all axes. The Spiral and Integrative Axis aims to foster an integrated view of the field of Design and how Communication and Semiotics can assist in the development of projects that articulate theory and practice. Ultimately, the hypothesis was confirmed that a systematic organization of the content of specific disciplines (almost always foundational) in a cross-disciplinary approach to Communication and Semiotics is essential in the curricula of undergraduate Design programs in Brazil. The conclusion was that the three axes of content distribution in Communication and Semiotics contribute to a critical reflection on how the field of Communication can contribute to integration with other areas of knowledge and, specifically in this thesis, with the field of Design. At the same time, it sparks discussions about the need for a cross-disciplinary teaching-learning process, with continuous and dialogued planning.

Keywords: Communication; Semiotics; Design; Teaching.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama do percurso metodológico	24
Figura 2 - Triângulos hermenêuticos.....	53
Figura 3 - Distribuição regional das instituições de ensino.....	81
Figura 4 - Distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nas matrizes curriculares	84
Figura 5 - Matriz curricular do curso de Design da UEMG Ubá	90
Figura 6 - Etapas do questionário	94
Figura 7 - Categorias dos participantes	95
Figura 8 - Perfil dos participantes quanto à formação.....	101
Figura 9 - Disciplinas ministradas pelos participantes	103
Figura 10 - Disciplinas que possuem conteúdos ligados à Comunicação e Semiótica	105
Figura 11 - Dados do processamento para a questão discursiva 1	108
Figura 12 - Frequência das palavras que mais se repetem	109
Figura 13 - Dendrograma de classificação da questão discursiva 1	110
Figura 14 - Análise de similitude da questão discursiva 1	112
Figura 15 - Nuvem de palavras da questão discursiva 1	114
Figura 16 - Padrões sobre a importância da Comunicação e Semiótica na elaboração e execução de projetos de design	115
Figura 17 - Padrões da aplicação dos conteúdos de Comunicação e Semiótica ao Design ...	123
Figura 18 - Dendrograma de classificação	128
Figura 19 - Dados de processamento das respostas da questão 2.....	129
Figura 20 - Palavras que mais se repetem nas respostas da questão 2	129
Figura 21 - Nuvem de palavras que mais aparecem na questão 2	130
Figura 22 - Modelo das competências gerais da Base Nacional Comum Curricular	134
Figura 23 - Competências gerais do ensino superior no Brasil	136
Figura 24 - Competências e habilidades a serem desenvolvidas no ensino superior em Design	137
Figura 25 - Distribuição de conteúdos de acordo com a BNCC de Design	138
Figura 26 - Distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica para o curso de Design	139
Figura 27 - Lógica do pensamento triádico de Peirce para o ensino de Comunicação e Semiótica no Design.....	140

Figura 28 - Diagrama dos Eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nas matrizes curriculares dos cursos de Design.....	147
Figura 29 - Diagrama do Eixo de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica no curso de Design em três ciclos	148

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Categoria administrativa das instituições com cursos de Design no Brasil	80
Gráfico 2 - Formação acadêmica dos participantes.....	96
Gráfico 3 - Importância da Comunicação e Semiótica para os projetos de Design	102
Gráfico 4 - Conteúdos de Comunicação e Semiótica ministrados em outras disciplinas.....	104
Gráfico 5 - Carga horária e conteúdos de Comunicação e Semiótica	106

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Concepções da Semiótica nos livros de Teoria da Comunicação	37
Quadro 2 - Currículo Mínimo aprovado pelo CFE em 1987 para os cursos superiores em Design.....	69
Quadro 3 - Nomes de cursos de bacharelado em Design no Brasil.....	79
Quadro 4 - Grupo 1 - Cursos que apresentam os conteúdos de Comunicação e Semiótica em disciplinas específicas.....	85
Quadro 5 - Áreas da formação acadêmica dos participantes.....	97
Quadro 6 - Lógica da distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica.....	141
Quadro 7 - Conteúdos de Fundamentação/Básicos	143
Quadro 8 - Conteúdos específicos/experimentação.....	144
Quadro 9 - Conteúdos de Aplicação/Teórico-práticos	145
Quadro 10 - Comparativo dos eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no Curso de Design seguindo a lógica dos eixos de distribuição.....	152
Quadro 11 - Visão dos especialistas sobre a proposta dos Eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design.....	162

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	19
1.1 ESTRUTURA DA TESE.....	21
2. PERCURSO METODOLÓGICO	23
2.1 ETAPAS DA PESQUISA.....	24
2.1.1 REVISÃO DE LITERATURA	24
2.1.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA	25
2.1.3 COLETA DE DADOS COM SERES HUMANOS.....	25
3. INTERFACES ENTRE DESIGN, COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA: O DESIGN COMO FENÔMENTO SEMIÓTICO COMUNICACIONAL.....	31
3.1 COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA	33
3.2 COMUNICAÇÃO E DESIGN	43
3.3 COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NO DESIGN.....	49
4. O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL.....	62
4.1 A ORIGEM DO TERMO	62
4.2 A FORMAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL	65
5. A COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NAS ESTRUTURAS CURRICULARES DOS CURSOS DE DESIGN NO BRASIL	81
5.1 ESTUDO DAS MATRIZES CURRICULARES	81
5.2 ANÁLISE DE DADOS DOS QUESTIONÁRIOS	94
5.2.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA E ATUAÇÃO PROFISSIONAL.....	96
5.2.2 RELAÇÃO DO PROFISSIONAL COM O CURSO DE DESIGN.....	102
5.2.3 RELAÇÃO DO PROFISSIONAL COM O ENSINO DE SEMIÓTICA	104
6. PROPOSTA DE CRIAÇÃO DOS EIXOS DE CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL	131
6.1. DISTRIBUIÇÃO DOS CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN	135
6.2 EIXOS DE POSSIBILIDADES DE INSERÇÃO DE CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN ...	145
6.2.1 EIXO FUNDAMENTAÇÃO, EXPERIMENTAÇÃO E APLICAÇÃO (EM TRÊS CICLOS)	147
6.2.2 EIXO CONTÍNUO E TRANSVERSAL CONSIDERANDO TODO O CURSO	150
6.2.3 EIXO ESPIRAL E INTEGRADOR (EM TODOS OS SEMESTRES).....	151
6.3 A VISÃO DOS ESPECIALISTAS SOBRE A PROPOSTA DA TESE	153
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	165

REFERÊNCIAS	169
APÊNDICES	177
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	177
APÊNDICE B - TCLE DAS ENTREVISTAS.....	216
APÊNDICE C- ENTREVISTAS	228
ANEXOS	263
ANEXO A - COMITÊ DE ÉTICA	263

APRESENTAÇÃO

Formada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), mestre em Letras pelo Centro de Ensino Superior (CESJF), o doutorado em Comunicação pelo PPGCOM/UFJF veio como a possibilidade de realização de mais um sonho: voltar como estudante à UFJF após 20 anos de minha graduação.

A decisão pelo doutorado trouxe uma possibilidade de atualização de conhecimentos, trocas de experiências e aprendizagem. A escolha do tema de pesquisa surgiu como uma curiosidade que atravessa a minha experiência como professora universitária do curso de Design, em uma universidade pública há quase 20 anos. O objetivo inicial da proposta foi conhecer as realidades do universo do ensino de Comunicação e Semiótica em outras instituições de ensino no Brasil, tendo como ponto de vista o olhar da Comunicação sobre o Design. Para isso, tivemos a oportunidade de contar com o apoio fundamental de um mestre e doutor em Design. Já conhecia as obras do professor Frederico Braida, e acompanhava o seu trabalho como docente. Quando soube da possibilidade de orientação de uma pesquisa no doutorado, fiquei imensamente feliz! Mais tarde, fui presentada pelo professor com o convite à professora Vera Nojima, pesquisadora da PUC-Rio, nas áreas de Comunicação, Semiótica e Design para ser minha coorientadora. Essa junção dos dois, que são referências no que se refere às relações entre essas áreas, em muito tem contribuído para o nosso crescimento como pesquisadora.

Ao longo desses quatro anos de pesquisa tivemos a oportunidade de organizar eventos, participar de Congressos dos campos da Comunicação e do Design, que em muito nos auxiliaram no processo de entendimento do contexto da pesquisa: a “Conversação Design, Comunicação e Semiótica” ocorreu em 2022 e reuniu professores e estudantes de vários lugares do Brasil, durante o 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. A pesquisadora fez a proposta juntamente com o orientador e coordenou juntamente com outras pesquisadoras da área. O relatório foi publicado nos anais do evento¹.

Outro desafio importante dessa caminhada foi a participação na organização do 4º Encontro de Semiótica do Projeto em outubro de 2023. O evento foi promovido em uma parceria entre o Laboratório de Estudo das Linguagens e expressões da Arquitetura, Urbanismo

¹ [Relatório final sobre a conversação “Design, Comunicação e Semiótica” - Blucher Proceedings.](#)

e Design (LEAUD), grupo de pesquisa cadastrado no CNPq, do qual fazemos parte e fomos coordenados pelo professor Frederico Braidá, juntamente com a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG Ubá) e a PUC-Rio. A iniciativa possibilitou o encontro, de forma virtual, com professores e pesquisadores de diversas instituições. E resultou na troca de experiências, inclusive com doutorandos cujas pesquisas dialogam com a Semiótica e o Design.

Tanto a organização desses eventos, como a participação em Congressos, Seminários contribuíram para o fortalecimento dos conhecimentos sobre o tema. As atividades do grupo de pesquisa, semanalmente às segundas-feiras, também foi imprescindível para o desenvolvimento dos estudos.

Espera-se, com o texto a seguir, que o leitor possa se aventurar no universo de interpretação do mundo pelo ponto de vista semiótico, buscando entender como os estudos sobre Comunicação e Semiótica são relevantes para o graduando de Design, mas também para que o ser humano entenda que alguns dos conceitos fazem parte do cotidiano da sociedade e que, apesar da complexidade de alguns, é possível promover a compreensão desse universo quando se pensa que o mundo é permeado por signos. E que, desde que nascemos, somos convidados a interpretar esses signos por meio de estímulos e de diversas linguagens visuais, sonoras, verbal e híbridas.

A missão da Comunicação e Semiótica é estar sempre interpretando e nos ensinando sobre cada nova linguagem a que somos apresentados. Daí a sua fundamental relevância para a observação e representação do mundo contemporâneo.

1. INTRODUÇÃO

Nas matrizes curriculares de diversos cursos de graduação em Design constam disciplinas associadas à Comunicação. Há conteúdos relacionados à Comunicação Visual, à Semiótica, à Percepção e à Retórica. Partindo da premissa de que todo e qualquer campo do saber não pode prescindir dos conhecimentos da Comunicação, destaca-se o Design como área transdisciplinar² e híbrida, intrinsecamente ligada à Comunicação e Semiótica.

A atividade de projetar é, fundamentalmente, um processo de Comunicação. O profissional de Design trabalha em equipes multidisciplinares em um processo rizomático³ entre Arquitetura, Engenharias, Artes, dentre outros, e, como no caso desta pesquisa, a Comunicação e a Semiótica.

O estudo aqui apresentado se insere no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), na linha de pesquisa Redes, Linguagens, Memórias, e entende o Design como Comunicação. Portanto, defende-se que os conteúdos de Comunicação são fundamentais para a formação do designer desde a concepção do projeto até a sua divulgação pelas diversas formas midiáticas.

Por essa perspectiva, a questão de pesquisa levantada foi: quais as possibilidades de inserção do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil? Adotou-se a hipótese de que uma ordenação sistemática dos conteúdos das disciplinas específicas (quase sempre de fundamentação) de forma transversal de Comunicação e Semiótica é imprescindível nas matrizes curriculares nos cursos de graduação em Design no Brasil.

² A transdisciplinaridade visa promover um diálogo entre diferentes áreas do conhecimento e seus dispositivos. O diálogo serve como ensejo para uma situação de cooperação entre as diferentes áreas. Transdisciplinaridade é, portanto, diálogo e cooperação entre diferentes áreas do conhecimento (Iribarry, 2003).

³ Rizoma para Deleuze e Guattari, o rizoma é uma estrutura de multiplicidade, conectividade e imanência. Ele representa um modelo de pensamento não linear, que rejeita a noção de uma origem ou fundamento único, favorecendo a ideia de que o conhecimento e a realidade são compostos por redes complexas de conexões e fluxos. Em vez de seguir uma progressão linear, o rizoma permite múltiplos pontos de entrada e saída, possibilitando a emergência de novas conexões e significados. Os autores enfatizam que o rizoma é caracterizado por seus princípios de conexão, heterogeneidade, multiplicidade, ruptura e cartografia. Ele opera por meio de linhas de fuga, estabelecendo conexões imprevistas entre diferentes elementos e territórios. Essa abordagem rizomática desafia as estruturas hierárquicas e binárias do pensamento tradicional, promovendo uma compreensão mais fluida e descentralizada da realidade (Deleuze; Guattari, 1995-1997).

O objetivo geral foi propor a criação de eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica de maneira transversal para a formação em Design. Para se atingir o objetivo geral, foram propostos os seguintes objetivos específicos:

- realizar um estudo teórico sobre como acontecem as relações entre os conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação bacharelado em Design;
- analisar as matrizes curriculares dos projetos pedagógicos de cursos de graduação em Design no país que estejam disponíveis de forma online e que estejam em andamento;
- identificar as disciplinas e conteúdos relacionados à Comunicação nos cursos de bacharelado em Design;
- revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design

Metodologicamente, a pesquisa foi predominantemente qualitativa, assumindo, em alguns momentos, aspectos quantitativos. Foi realizada uma revisão de literatura em obras sobre Comunicação e Semiótica, Ensino de Design no Brasil e as interfaces das áreas. Também a partir dos dados coletados em fontes documentais, elaborou-se um diagnóstico do cenário do ensino das disciplinas nos cursos de Design brasileiros. Houve também a pesquisa com seres humanos por meio de questionários e entrevistas. Isso possibilitou a construção da proposta dos eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica.

Importante salientar que, apesar de existirem estudos que trabalham a Comunicação e Semiótica como áreas distintas, para esta tese, considera-se como um campo quase indissociável que teve como marco temporal o início dos anos de 1970 no Brasil. Por isso, o campo da Comunicação e Semiótica foi considerado como sendo único. A Semiótica foi tratada como uma ciência da Comunicação que se propõe a interpretar todas as formas de linguagem. E, por fim, fez-se a abordagem do Design enquanto fenômeno semiótico comunicacional com foi tratado em toda a tese. Essa visão solidifica a relação entre a Comunicação e Semiótica com o Design.

Considera-se relevante mostrar o olhar da Comunicação sobre o Design. Os estudos iniciais identificaram lacunas e desafios como a necessidade de integração de diferentes disciplinas, a formação de habilidades comunicativas específicas ou a relação entre teoria e prática. Ao destacar essas questões, a pesquisa pode estimular debates e discussões sobre como superar esses desafios no campo da Comunicação.

A relevância da pesquisa está no fato de existirem estudos no Brasil que relacionem as áreas no âmbito da pós-graduação. Em termos de graduação, ressaltam-se duas teses que utilizam a Semiótica no Design. Uma delas trabalha o ensino da Semiótica no Design (Cardoso, 2017) e a outra apresenta o estudo da Semiótica no Design sob a perspectiva peirceana (Ponte, 2017).

Espera-se, com esta pesquisa, contribuir para ampliar os campos de estudo da Comunicação. Esse estudo poderá ser adaptado e aplicado em realidades diversas de cursos de Design no país, considerando o Design como área transversal e interdisciplinar. A partir do diagnóstico exposto no capítulo referente ao ensino, foram apresentadas as sugestões e contribuições da tese para o campo da Comunicação.

1.1 ESTRUTURA DA TESE

Após a introdução, são apresentados os percursos metodológicos utilizados no estudo, bem como os critérios da pesquisa documental e coletas e análises de dados com seres humanos.

No terceiro capítulo, intitulado “Comunicação, Semiótica e Design (aportes teóricos sobre as interfaces entre as áreas)”, expõe-se a definição de Comunicação e o contexto em que esse conceito foi trabalhado nesta tese. A Semiótica, como uma ciência ampla, é referenciada como um aporte teórico para o Design. O objetivo foi apresentar um referencial teórico acerca das interrelações entre Comunicação, Semiótica e Design, destacando sua natureza potencialmente transversal e híbrida. Neste contexto, buscou-se examinar de que maneira essas áreas se complementam e quais são seus pontos em comum. O capítulo propôs ainda apresentar um panorama atualizado das principais contribuições de autores e obras que abordam as interfaces entre essas áreas. Para alcançar esse propósito, foi conduzida uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, visando identificar eventuais lacunas existentes no âmbito do tema. Buscou-se em Lucy Niemeyer, Vera Lúcia Nojima, Raquel Ponte, Frederico Braida, dentre outros, que desenvolveram estudos das relações entre Design, como um campo híbrido, e a Comunicação e Semiótica.

O capítulo 4 aborda o ensino de Design no Brasil, expondo um recorte da história, com o contexto em que surgiram os principais cursos no Brasil e no mundo. Foram discutidas as principais legislações que norteiam os cursos de bacharelado desde o início até hoje.

O capítulo 5 propõe um estudo sobre os questionários com professores de Comunicação e Semiótica, professores de diversas disciplinas e coordenadores de cursos de Design no Brasil, a fim de confrontar o que aparece nos documentos e a prática de sala de aula.

No capítulo 6, evidencia-se a proposta de criação dos eixos de conteúdos para o ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil. Nesse capítulo, apresenta-se a contribuição da tese para o campo.

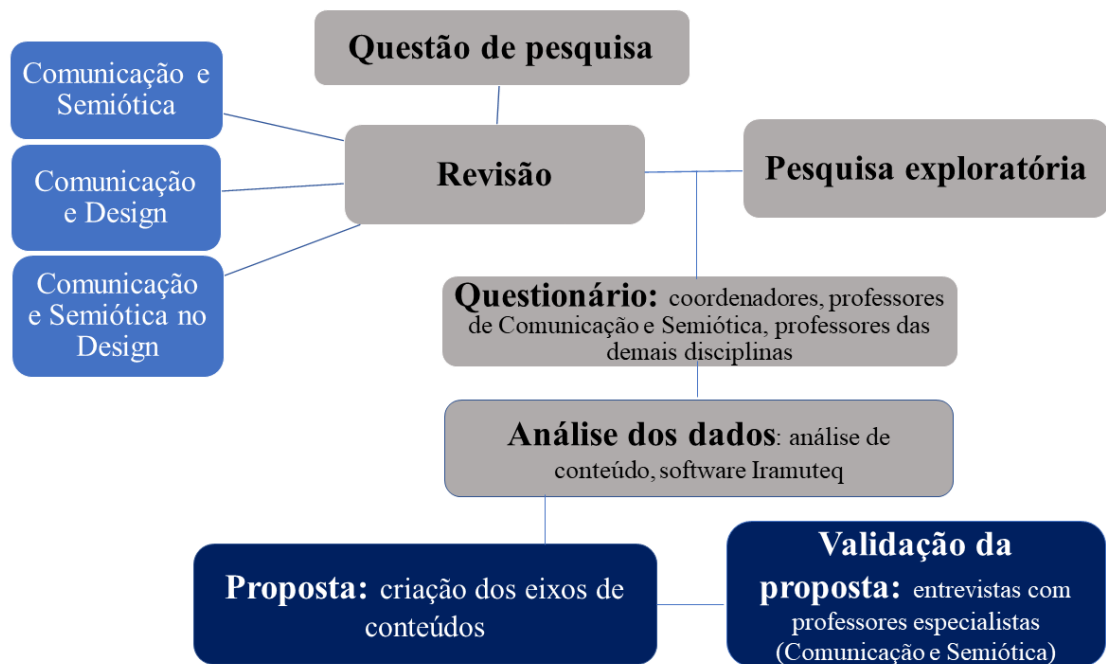
2. PERCURSO METODOLÓGICO

Santaella se ancora em Peirce, para quem o principal escopo da lógica está em subsidiar os modos de conduzir qualquer investigação ou pesquisa. Dessa forma, é preciso classificar os raciocínios, determinando as propriedades relativas e o valor de qualquer raciocínio. Como eles se corporificam? Compreendeu-se, então, que qualquer pensamento se corporifica em signos (pode ser representado), não apenas em símbolos, mas em variadas espécies de signos. Tem-se aí os três ramos da Semiótica: do estudo dos signos e destes para a aplicação dos métodos de pesquisa (Santaella, 2016, p. 58).

Os raciocínios, por seu lado, se apresentam em três classes universais de inferências, que se constituem também nos três tipos de argumento: abdução, indução e dedução (Santaella, 2016, p. 58). O importante para Santaella é buscar opiniões e experiências que sejam conflitantes na ciência e que possam despertar dúvidas em relação a verdades e crenças estabelecidas. São essas dúvidas que podem gerar uma curiosidade sobre estudos voltados para a comunidade e não para um pequeno grupo social (Santaella, 2016, p. 61). A pesquisadora aponta para a possibilidade da existência e utilização nas pesquisas de metodologias mistas, integradas e complexas que são empregadas principalmente nas áreas interdisciplinares, como no caso desta pesquisa.

A figura a seguir visa apresentar os passos seguidos quando da formulação e desenvolvimento da pesquisa.

Figura 1 - Diagrama do percurso metodológico



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

2.1 ETAPAS DA PESQUISA

2.1.1 Revisão de literatura

A revisão de literatura constituiu a primeira etapa do percurso metodológico. Essa fase percorreu todos os estágios do estudo. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 69), a pesquisa bibliográfica proporciona ao pesquisador conhecimento sobre o que já foi investigado e escrito a respeito do assunto escolhido, além de indicar as linhas de orientação que podem ser seguidas na própria pesquisa.

Nessa fase, foi realizada uma revisão de literatura que permitiu uma busca sistemática das fontes de informação pertinentes ao campo da Comunicação, bem como de autores que trabalham sua definição enquanto área transdisciplinar no diálogo com outros campos. Também foram revisadas referências sobre a Semiótica enquanto ciência da Comunicação pelos autores que defendem essa linha, como também sobre o Design enquanto campo de estudo e profissão no Brasil e no mundo. E ainda uma pesquisa bibliográfica sobre o Ensino de Design no Brasil, apontando a atuação da Comunicação e da Semiótica no ensino de Design. Foram identificadas

as principais normas e legislações que atuam sobre o Ensino de Design e sobre como a Comunicação está inserida nesse cenário. A revisão da literatura permitiu uma análise crítica dos conteúdos encontrados, e a identificação de padrões e lacunas, com possíveis relações entre os estudos revisados.

2.1.2 Pesquisa exploratória

A aplicação da pesquisa exploratória foi a etapa do levantamento de informações preliminares sobre os cursos de Design que estão em atividade no Brasil. Marconi e Lakatos (2010) afirmam que a pesquisa exploratória é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e necessita de informações para delimitar e compreender o objeto de estudo.

A pesquisa foi realizada na plataforma e-MEC, do Ministério da Educação. Para esta tese, foram considerados os cursos de bacharelado em Design em universidades, faculdades públicas e particulares, com ou sem fins lucrativos, e oferecidos de forma presencial. Não foram considerados os cursos extintos nem os que ainda não começaram suas atividades. É importante ressaltar que não fazem parte deste estudo as demais modalidades do curso de Design, como por exemplo as licenciaturas da área de Design, que preparam o aluno para o exercício à docência (da educação infantil ao ensino médio) e que também incluem as disciplinas da área pedagógica. Também não foram incluídos os cursos de tecnólogo.

2.1.3 Coleta de dados com seres humanos

Após a aprovação da *Coleta de dados* pesquisa com seres humanos pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Juiz de Fora, via Plataforma Brasil (CAAE nº 75313123.0.0000.5147), os questionários puderam ser enviados de forma online aos possíveis participantes. Os formulários foram encaminhados aos e-mails institucionais e particulares de todos os coordenadores de curso cujas graduações se enquadram nos critérios das pesquisas.

Em um primeiro momento da tese, pensou-se em englobar como amostragem apenas os professores de Comunicação e Semiótica e estabelecer o perfil desse profissional. Após o exame de qualificação, houve a sugestão pela banca de que os questionários também fossem enviados a coordenadores e professores do curso, a fim de se ter uma visão mais ampla sobre os profissionais que atuam na graduação em Design, no que se refere ao ensino de Comunicação e Semiótica. E assim foi implementado com o retorno de 42 entrevistados. Isso se tornou

imprescindível no decorrer da pesquisa, uma vez que a relação entre os conteúdos teóricos com as disciplinas práticas também foram alvo do questionário. Nessa etapa de coleta de dados, foi aplicado questionário misto, com perguntas abertas e fechadas direcionado a professores do curso de bacharelado em Design, professores de Comunicação e Semiótica e Coordenadores de curso de graduação de instituições públicas e privadas do Brasil, na modalidade presencial.

Uma primeira versão do questionário foi aplicada como pré-teste. O objetivo foi verificar se o roteiro estaria atendendo aos objetivos da proposta, com o entendimento do conteúdo das perguntas por parte dos respondentes. Nessa fase, foram aplicados quatro questionários sendo que três são professores do curso de bacharelado em Design e um coordenador de curso. Os quatro professores responderam às perguntas no período de 17 a 20 de junho de 2024. As sugestões foram acatadas e incorporadas ao questionário. Como não houve mudança de conteúdo e sim de redação de uma das perguntas, os questionários aplicados no pré-teste foram utilizados na pesquisa.

Após as alterações sugeridas na fase de pré-teste, os e-mails com os convites para a participação da pesquisa começaram a ser enviados de 22 de julho a 4 de setembro de 2024. O período de recebimento das respostas foi de 22 de julho a 22 de setembro de 2024.

O questionário foi enviado por e-mail (formulário online), Google Forms, aos coordenadores de curso de graduação bacharelado em Design, de instituições públicas e privadas e que são ofertados de modo presencial. As solicitações foram encaminhadas aos coordenadores por e-mails institucionais e privados (encontrados na internet) ou para endereços de e-mails das instituições de ensino, solicitando encaminhamento às coordenações. No conteúdo do e-mail, foi solicitado aos participantes que a indicação de novos respondentes, configurando assim, o uso da técnica de bola de neve, porque oferece uma abordagem flexível e adaptável para o recrutamento de participantes em estudos acadêmicos, proporcionando acesso a grupos que, de outra forma, poderiam permanecer menos representados na pesquisa científica. Portanto, não houve um número pré-definido de participantes nessa etapa (Vinuto, 2014, p. 204).

A intenção nessa primeira etapa com seres humanos foi verificar o que os docentes e/ou coordenadores pensam sobre a discussão proposta pela tese. Em suma, procurou-se estabelecer um perfil do profissional que atua nos cursos de Design, principalmente os que ministram as disciplinas/ conteúdos de Comunicação e Semiótica. Quais os principais conteúdos

ministrados? Qual a importância do ensino de Comunicação e Semiótica para a graduação em Design?

A análise dos questionários está apresentada no capítulo 5 desta tese. Neste capítulo, revelou-se um panorama do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil, tendo como base a coleta e análise de dados da pesquisa com seres humanos. Buscou-se traçar o perfil dos docentes dos cursos de Design, principalmente os que ministram os conteúdos de Comunicação e Semiótica. Almejou-se também verificar a visão das coordenações de curso sobre tais conteúdos e dos professores que ministram as demais disciplinas.

A intenção foi delinear a visão dos profissionais envolvidos no processo ensino-aprendizagem no que diz respeito aos conteúdos de Comunicação e Semiótica. O número de respostas representou uma amostra não probabilística que serviu de norteamento para as etapas posteriores da pesquisa.

Na pesquisa social são utilizados diversos tipos de amostragem, que podem ser classificados em dois grandes grupos: amostragem probabilística e não probabilística. (...) Os do segundo grupo não apresentam fundamentação matemática ou estatística, dependendo unicamente de critérios do pesquisador (Gil, 2008, p. 90).

Adotou-se como critérios de inclusão: serem professores do curso de Design, docentes dos conteúdos de Comunicação e Semiótica e/ou coordenadores de curso da modalidade presencial e bacharelado, resultando em uma amostragem por acessibilidade. Neste tipo de amostra,

o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão (Gil, 2008, p. 97).

Foram realizadas entrevistas com professores especialistas das áreas de Comunicação e Semiótica que atuam em cursos de Design. As entrevistas visaram verificar os conteúdos de Comunicação abordados nas disciplinas e entender sua relação com o restante do curso. Elas serviram para validar a proposta dos eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design.

A realização da pesquisa apenas com educadores foi uma questão de escolha metodológica e não exclui a possibilidade de desenvolvimento de trabalhos futuros envolvendo os discentes. Porém, neste caso, o foco foi a visão dos professores e o confronto com os Planos Políticos Pedagógicos dos cursos.

Por segurança da informação, ressalta-se que após a finalização dos questionários, realizou-se a extração dos dados para um suporte físico (pen-drive), que ficará sobre a guarda do laboratório ao qual a pesquisa está vinculada, Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura no Urbanismo e no Design, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Os resultados dos questionários foram tabulados e apresentados com a utilização do Excel e disponibilizados em forma de gráficos e/ ou tabelas.

Para a realização das entrevistas, foi escolhida uma amostra não probabilística, intencionalmente selecionada de acordo com os interesses e conveniência da pesquisa. Foram escolhidos quatro professores de Comunicação e Semiótica, todos com mais de 20 anos de experiência em cursos de graduação em Design. A escolha também ocorreu pelo conteúdo das respostas dos questionários na etapa anterior e pelo perfil dos cursos dos quais fazem parte e poderiam se enquadrar nos eixos de conteúdos propostos. Além disso, uma das entrevistadas é coordenadora de curso.

Para o estudo dos questionários e entrevistas, foi utilizado o método de análise de conteúdo proposto por Laurence Bardin. A análise de conteúdo é uma metodologia de pesquisa qualitativa que tem sido amplamente empregada em diversas áreas acadêmicas para compreender e interpretar dados. Laurence Bardin oferece uma definição fundamentada e esclarecedora dessa abordagem metodológica em seu trabalho “Análise de Conteúdo” (Bardin, 2011). Nesta obra, Bardin delinea os princípios fundamentais e as técnicas de análise que compõem esta metodologia, fornecendo uma estrutura conceitual para pesquisadores em busca de uma compreensão mais profunda do conteúdo textual.

As respostas dos questionários foram codificadas por meio do software denominado Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires (Iramuteq). Trata-se de uma ferramenta utilizada para análise de dados textuais em pesquisas acadêmicas. Segundo o site do programa (ver <http://www.iramuteq.org/>), o Iramuteq é um software livre, que oferece recursos avançados para análise de dados qualitativos, permitindo

aos pesquisadores explorar e interpretar grandes volumes de texto de maneira eficiente e rigorosa. Essas técnicas possibilitam a identificação de padrões, relações e estruturas nos dados textuais, facilitando a compreensão dos discursos presentes nas fontes analisadas. A análise de conteúdo é muito aplicada aos estudos de Comunicação. Os primeiros estudos sobre essa técnica surgiram durante a Segunda Guerra Mundial,

(...) pela “Divisão experimental para o estudo de comunicações em tempos de guerra”, do Congresso dos Estados Unidos, sob coordenação de Harold Lasswell. A metodologia foi criada especialmente para sintetizar e compreender o conteúdo dos argumentos utilizados por jornais e propagandas inimigos, e, somente após isso, passou a ter aplicação em estudos acadêmicos de comunicação política. Logo após o fim da guerra, foi lançado e tornou-se clássico o livro “The language of politics: studies in quantitative semantics”, cuja tradução chegou quase 40 anos depois ao Brasil, sem o seu subtítulo (“estudos em semântica quantitativa”, em tradução livre) (Carlomagno; Rocha, 2016, p. 174)

A metodologia de análise de conteúdo se destina a classificar e categorizar qualquer tipo de conteúdo, reduzindo suas características a elementos-chave, de modo com que possam ser comparados a uma série de outros elementos. Pretende-se trabalhar a ideia de classificação e de categorias que sejam apropriadas para análise. A metodologia tem várias aplicações no plano da Comunicação.

Em termos simples: a) é preciso existir regras claras sobre os limites e definição de cada categoria; b) as categorias devem ser mutuamente exclusivas (o que está em uma categoria, não pode estar em outra); c) as categorias devem ser homogêneas (não ter coisas muito diferentes entre si, no mesmo grupo); d) é preciso que as categorias esgotem o conteúdo possível (não sobre conteúdos que não se encaixem em alguma categoria); e) é preciso que a classificação seja objetiva, possibilitando a replicação do estudo (Carlomagno; Rocha, 2016, p. 184).

Bardin define análise de conteúdo como

(...) um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens" (Bardin, 2011, p. 42).

Essa definição destaca a natureza sistemática e objetiva da análise de conteúdo, que busca extrair significados e inferir conhecimentos a partir dos dados textuais, a fim de compreender as condições e contextos de produção ou recepção dessas mensagens. Sua metodologia baseia-

se em uma série de etapas interconectadas, incluindo uma análise anterior, a exploração do material, a categorização, a elaboração e a interpretação dos resultados. Durante a fase de pré-análise, o pesquisador estabelece objetivos, define unidades de análise e elabora um plano detalhado para conduzir o estudo. Na etapa de exploração do material, os dados são examinados de forma minuciosa, permitindo a identificação de padrões, temas significativos. A categorização, por sua vez, envolve a organização dos dados em categorias ou temas relevantes, facilitando a análise e interpretação sistemáticas. Ao longo do processo de análise de conteúdo, Bardin destaca a importância da objetividade e da fidelidade aos dados, enfatizando a necessidade de evitar interpretações subjetivas ou preconcebidas. Ela ressalta que o pesquisador deve adotar uma postura crítica e reflexiva, buscando compreender os múltiplos significados presentes nos dados textuais e reconhecendo as complexidades inerentes ao processo de análise. As falas dos professores podem revelar suas práticas, expectativas e dificuldades em sala de aula. Isso será discutido na análise dos resultados. As respostas dos professores servirão de embasamento para a proposta dos eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica.

Após a análise de conteúdo dos questionários, foi possível criar categorias e/ou padrões de conteúdos de Comunicação e Semiótica a serem aplicados aos cursos de Design que sejam essenciais para a formação do graduando. Essas categorias foram apresentadas no formato de diagramas, nuvens de palavras e quadros que as identificam, deixando para os próximos estudos da área uma referência sobre o caminho percorrido pelo ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil.

Essa última etapa consiste em eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design. Com base no diagnóstico realizado e nos resultados obtidos ao longo da pesquisa, foram elaboradas orientações que visam fortalecer a abordagem comunicacional e semiótica no design.

3. INTERFACES ENTRE DESIGN, COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA: O DESIGN COMO FENÔMENO SEMIÓTICO COMUNICACIONAL

O sociólogo espanhol Manuel Castells, em sua obra “A Sociedade em Rede” (2005), defende que a Comunicação é um campo fundamental para compreender as transformações sociais e culturais da atualidade. Castells propõe uma abordagem interdisciplinar da Comunicação, que envolve as áreas da tecnologia, da economia, da política, da cultura e da sociologia.

Marshall McLuhan, autor influente na Teoria da Comunicação, defendia uma abordagem multidisciplinar do campo. Em suas obras, como “Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem” (1969), McLuhan argumenta que a comunicação é um campo complexo e interdisciplinar, que envolve as áreas da tecnologia, da cultura, da psicologia e da filosofia.

Já no campo do Design, as primeiras definições preocupavam-se com as características estruturais dos objetos e suas aplicações na produção industrial. O Design é uma atividade criadora que consistia em determinar as propriedades formais dos objetos que se desejava produzir industrialmente. Por propriedades formais, entendiam-se as características externas bem como as relações estruturais que fazem de um objeto (ou sistema de objetos) uma unidade coerente para o produto e o consumidor (Maldonado, 1961). Para a World Design Organization, a definição de Design atual vai além:

O Design Industrial é um processo estratégico de resolução de problemas que impulsiona a inovação, constrói o sucesso empresarial e leva a uma melhor qualidade de vida por meio de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadores. O Design Industrial preenche a lacuna entre o que é e o que é possível. É uma profissão transdisciplinar que utiliza a criatividade para resolver problemas e cocriar soluções com a intenção de tornar um produto, sistema, serviço, experiência ou negócio melhor. Em sua essência, o Design Industrial oferece uma maneira mais otimista de olhar para o futuro, reformulando problemas como oportunidades. Ele conecta inovação, tecnologia, pesquisa, negócios e clientes para fornecer novo valor e vantagem competitiva nas esferas econômica, social e ambiental (World Design Organization, 2015).

Leva-se em consideração a definição do Design enquanto linguagem, inserido em um estudo amplo com as possibilidades de interpretações dos signos presentes no campo. Para tanto, parte-se de uma abordagem do Design como uma “forma simbólica”. O Design é uma linguagem que teve seu advento com a Revolução Industrial. Enquanto uma invenção

moderna, tem influenciado a visão do ser humano sobre o mundo (Braid, 2009).

A definição de linguagem pode ser ancorada na pesquisadora Lucia Santaella. A autora afirma que a linguagem pode ser verbal ou não verbal. Não se restringe à fala ou à escrita; ela engloba todas as formas de expressão e comunicação que produzem sentido, sejam visuais, sonoras, corporais ou outras manifestações sensoriais.

Em síntese: existe uma linguagem verbal, linguagem de sons que veiculam conceitos e que se articulam no aparelho fonador, sons estes que, no Ocidente, receberam uma tradução visual alfabética (linguagem escrita), mas existe simultaneamente uma enorme variedade de outras linguagens que também se constituem em sistemas sociais e históricos de representação do mundo. Portanto, quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Enfim: todos os sistemas de produção de sentidos aos quais o desenvolvimento dos meios de reprodução de linguagem propiciam hoje uma enorme difusão (Santaella, 1983, p. 11-12).

Lucia Santaella, com base nos estudos de Charles Peirce, define fenômeno como “tudo aquilo que aparece à mente, corresponda a algo real ou não” (Santaella, 1983, p. 7).

Fenômeno é qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente, isto é, qualquer coisa que apareça, seja ela externa (uma batida na porta, um raio de luz, um cheiro de jasmim), seja ela interna ou visceral (uma dor no estômago, uma lembrança ou reminiscência, uma expectativa ou desejo), quer pertença a um sonho, ou uma ideia geral e abstrata da *ciência*, a fenomenologia seria, segundo Peirce, a descrição e análise das experiências que estão em aberto para todo homem, cada dia e hora, em cada canto e esquina de nosso cotidiano (Santaella, 1983, p. 7).

Partindo-se da premissa de que se o Design é um fenômeno de linguagem e de comunicação, pode-se afirmar que o Design é um fenômeno semiótico comunicacional. Assim, durante todo o referencial teórico buscaram-se autores que corroboram com esse pressuposto.

A relação entre Comunicação e Semiótica com o Design é fundamentada para autores como Frederico Braid e seus estudos sobre hibridismo e a defesa de design com função comunicativa. Além dele, pesquisadores como Lucy Niemeyer e Vera Lúcia Nojima se tornam fundamentais para o entendimento dessas interfaces. A professora Raquel Ponte, em sua tese, “Design sob uma perspectiva peirceana: o processo de criação de existências e suas consequências práticas” (2017), trabalhou as relações entre a Semiótica e o Design, sob o olhar teórico de Charles Sanders Peirce.

Sendo assim, este capítulo evidencia que Comunicação e Semiótica são áreas de pesquisa transitáveis com o Design. Um dos pontos que as aproximam aponta a interferência da Comunicação e Semiótica como embasamento teórico para a formalização dos conceitos e no processo de desenvolvimento dos projetos, requisitos indispensáveis aos designers.

3.1 COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Entender a relação da Comunicação com a Semiótica sob o ponto de vista dos autores da Comunicação é importante para que, no decorrer da pesquisa, elas sejam apresentadas como suporte teórico para outras áreas e, no caso desta tese, para o ensino de Design. Para tanto, foi necessário apontar o que alguns pesquisadores já definiram como sendo essenciais para essa relação, como os conceitos interligam a Comunicação e Semiótica.

Há autores que trabalham a perspectiva de uma Semiótica da Comunicação. Irene Machado e Vinícius Romanini propõem uma abordagem transdisciplinar da Comunicação por meio da Semiótica, que perpassa desde os fenômenos naturais até as complexas estruturas da cultura humana. Machado e Romanini (2010, p. 97) compreendem

(...) a comunicação como um problema semiótico, ou seja, como processo interativo num universo composto por sistemas e subsistemas abertos organizados por meio de fluxos de informação, em que a ação dos signos, ou semiose, é o fenômeno fundamental.

Em 1970, a ligação entre Comunicação e Semiótica se fortificava em termos de área de pesquisa. Nesse ano foi criado o Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Com área de concentração Signo e Significação nos Processos Comunicacionais, o programa contempla três linhas de pesquisa: Regimes de sentido nos processos comunicacionais, Processos de criação na comunicação e na cultura, Dimensões políticas na comunicação (PUC-SP, 2023). Fazem parte docentes, pesquisadores como Lucia Santaella que, poucos anos depois, publicaria obras sobre o tema, como o caso de “O que é semiótica?”, publicado em 1983. Em 2004, a obra “Comunicação e Semiótica” (Santaella; Noth) apontou a delimitação entre os campos e define cada um deles.

(...) Tanto a semiótica quanto a comunicação, tal como esta vem se desenvolvendo até o dia de hoje, são ciências. Entretanto, dada a natureza inter, multi e transdisciplinar de ambas, elas não serão aqui tratadas como disciplinas científicas com recortes bem definidos, mas muito mais como campos de saber, no sentido que nos é apresentado por Bourdieu [...]. Uma noção de campo, aliás, que faz eco à concepção radical que Peirce tinha de

ciência como coisa viva, em permanente metabolismo e crescimento, uma atividade exercida por pessoas que apresentam um certo modo de vida, ou seja, hábitos que são próprios daqueles que se dedicam à busca do conhecimento (Santaella; Noth, 2004, p. 8-9).

A pesquisadora afirmava que não havia consenso entre a relevância dos estudos semióticos da Comunicação na América Latina e nem no Brasil.

[...] Até o final dos anos 70, a semiótica no Brasil estava mais ligada à área de letras, linguística e literatura do que à comunicação. [...] Nessa época, Décio Pignatari publicou o livro *Semiótica da Literatura* (1974) com o qual inaugurava os estudos da semiótica peirceana no Brasil, junto com a tradução do livro *Pequena Estética*, de Max Bense (1972), que contava com uma longa introdução à semiótica peirceana, de autoria de Haroldo de Campos (Santaella; Noth, 2004, p. 15).

Santaella reconhece a “multidimensionalidade das práticas comunicacionais” e lembra que os estudos culturais foram “sensíveis à incorporação da semiótica” na comunicação. “Trata-se de hibridizações simbólicas, cuja heterogeneidade, nos centros urbanos em crescimento e nos ambientes do ciberespaço, cresce exponencialmente” (Santaella; Noth 2004, p. 19). A autora lembra que essa complexidade do campo possibilitou a diversidade de fenômenos estudados pela área.

Em um tal quadro de reconhecimento da inter, multi e mesmo transdisciplinaridade da comunicação, não deveria haver mais lugar para quaisquer reservas quanto à relevância das suas relações com a semiótica. Mesmo assim, contudo, muito especialmente para aqueles que se mantiveram fiéis ao pé e à letra das teorias críticas, a semiótica é ainda vista como uma mera metodologia formal, incapaz de trazer contribuições próprias para o campo da comunicação. [...] Para outros, não obstante reconheçam as contribuições que a semiótica tem a dar, restringem essa contribuição à sua instrumentalidade para a leitura das linguagens empíricas da comunicação: publicidade, jornal, cinema, vídeo, etc (Santaella; Noth, 2004, p. 21,22).

A autora estabelece em várias de suas obras a ligação da Semiótica com o campo da Comunicação. “Não fica difícil perceber que, dentre todas as ciências ou campos de conhecimento, aquele que mais perto está da semiótica é, sem dúvida, a comunicação. Não pode haver comunicação sem ação de signos e vice-versa” (Santaella; Noth, 2004, p. 76). Para defender esse ponto de vista, a autora argumenta:

Ora, se não estivermos presos à visão muito vaga e pobre de que aquilo que uma mensagem transmite é informação, e se também não estivermos limitados a uma concepção linguocêntrica do signo, pode-se afirmar que toda e qualquer mensagem é feita de signos das mais variadas espécies. De fato, signos são os materiais de que as mensagens são feitas. Se a semiótica estuda os signos, o ponto em que comunicação e semiótica se cruzam aí fica nítido (Santaella; Noth, 2004, p. 77).

O autor Roman Jakobson em 1970 já ressaltava a necessidade de uma visão mais ampla sobre a Comunicação que não ficasse presa à comunicação interpessoal. Ele propôs a teoria dos códigos e da codificação, mais tarde também estudada por Umberto Eco. “O código da linguagem verbal não é um repertório fechado de elementos de escolha para uma mensagem, mas um código conversível com todas as flutuações de subcódigo para subcódigo e todas as mudanças que sofre continuamente” (Jakobson, 1970 citado por Santaella; Noth, 2004, p. 132).

Santaella; Noth (2004, p. 143) explicitam também a importância da Comunicação no universo semiótico.

A semiosfera constitui o contexto cultural da comunicação. [...] O destinador e o destinatário da comunicação se encontram ‘imersos’ neste espaço semiótico, e ‘fora da semiose não há comunicação’. Nesse espaço contextual surge o paradoxo de que ‘todos os participantes do ato comunicativo precisam ter experiência comunicativa, ter familiaridade com semiose, de maneira que a experiência comunicativa precede o ato comunicativo’. Assim, a semiosfera existe tanto antes da comunicação quanto ela se cria e é transformada por ela. Essas pré-condições da comunicação impedem os comunicadores de serem instâncias inteiramente autônomas, pois não são só eles que comunicam, mas também a semiosfera, e, através dela, a memória cultural.

Durante toda a obra, Santaella retoma a relação entre as áreas, cita as principais correntes mundiais da Semiótica próximas aos processos comunicativos. Ela enfatiza que “o parentesco entre esses campos do conhecimento deve estar entre os mais próximos na extensa e densa rede das ciências na contemporaneidade” (Santaella; Noth 2004, p. 227). E reafirma a importância da Semiótica para a Comunicação:

[...] mensagens são signos, cadeias de signos ou complexos de signos. Se não há comunicação sem mensagens e se os signos, seus contextos, suas situações de emissão, suas significações e suas interpretações estão no campo de estudos da semiótica, as relações indissolúveis entre a comunicação e a semiótica ficam aí explicitadas (Santaella; Noth, 2004, p. 226).

No artigo intitulado “Memórias e perspectivas da semiótica no Brasil”, publicado em 2016, Santaella traça um panorama dos principais pesquisadores em atuação no Brasil. Ela

também lembra a importância da criação de um grupo no Intercom, da Associação Brasileira de Estudos da Comunicação dedicado à Semiótica. O objetivo foi “cartografar as linhas, tendências e os diferentes grupos de trabalho que brotaram em algum momento do tempo e que tiveram força suficiente para se manterem ativos, apontando com alguma segurança para perspectivas de continuidade no futuro” (Santaella, 2016, p. 22).

Além de Santaella, outros autores brasileiros trabalharam o papel da Semiótica na Comunicação, como é o caso do artigo de Luís Mauro Sá Martino (2019), no qual o pesquisador aborda um panorama sobre quando a Semiótica se tornou uma Teoria da Comunicação. Por meio de livros-textos publicados entre 1969 e 2018, Martino revela a cronologia das principais publicações sobre as áreas. O artigo se divide em três etapas:

[...] um contexto da presença inicial da Semiótica na produção brasileira sobre Comunicação; o momento inicial de aproximação com a Teoria da Comunicação, apresentada ora como Teoria da Informação ou Teoria da Linguagem e sua incorporação, a partir dos anos 1990, como escola teórica da Comunicação” (Martino, 2019, p. 103).

Segundo Luís Sá Martino, a primeira referência sobre Semiótica em um livro de Teoria da Comunicação surge em 1975, na obra intitulada Fundamentos de Teoria Geral da Comunicação, de Sigfried Maser, que foi traduzido por Leônidas Hegenberg. O conceito comunicação aparece no livro como sendo abrangente e aborda desde a teoria da informação até a teoria dos signos, ressaltando sempre a questão da lógica, onde é inserido o estudo da Semiótica de Charles Sanders Peirce (Martino, 2019, p. 107-108).

No quadro 1, Martino apresenta a visão sobre Semiótica tensionada por alguns livros de Teoria da Comunicação.

Quadro 1- Concepções da Semiótica nos livros de Teoria da Comunicação

Obra	Definição de Semiótica	Posição disciplinar	Autores principais
Maser (1975)	Teoria dos signos; “teoria que coloca, em termos genéricos, as questões clássicas associadas ao estudo das definições” (p. 31)	Filosofia (Lógica)	Peirce; Morris; Schaff; Bense
Beltrão (1977); Beltrão e Quirino (1986)	Estudo da linguagem como sistema de signos	Ciência da Linguagem	Saussure; Peirce; Morris; Buyssens; Barthes
Gomes (1997)	Estudo dos sistemas de signos	Ciência da Linguagem	Saussure; Peirce
Machado In: Martino, França e Hohfeldt (2018)	Comunicação pensada a partir dos signos, códigos, linguagens e discursos	Teoria da Comunicação	Voloshinov; Bakhtin; Peirce
Pereira (2001)	Estudo do mundo dos signos; ela estuda os signos no abstrato: qual a sua natureza, qual a sua estrutura, como se manifestam, como se relacionam entre si. (p. 44)	Ciência da Linguagem	Saussure; Peirce; Eco; Morris
Martins (2005)	Estudo da mensagem	Teoria da Comunicação	Eco

Continua ...

Continuação...

Obra	Definição de Semiótica	Posição disciplinar	Autores principais
Villalba (2006)	“Estudo dos signos (representações) no interior da vida Social” (p. 81)	Modelo teórico da Comunicação	Peirce; Saussure; Sebeok; Baudrillard
Martino (2009)	“Ciência de todos os signos”.	Modelo teórico da Comunicação	Saussure; Peirce; Lótmán; Bakhtin
Temer e Nery (2009)	“Semiótica como a ciência do signo, entendendo signo no sentido de linguagem. Portanto, a semiótica é a ciência de todas as linguagens, ciência que tem por objeto de estudo todas as Linguagens possíveis” (p. 135).	Paradigma da Comunicação	Peirce
Nunes (2011)	“Semiótica é a teoria do signo, ou melhor, a semiótica é lógica [no sentido de um organon] da comunicação (p.166).	Ciência autônoma	Peirce; Santaella
Marcondes Filho (2016)	“(…) forma de se lerem os signos da cultura desvinculados de qualquer outro valor que não seu uso imediato” (p.138).	Filosofia	Peirce

Fonte: Martino, 2019, p.119.

Além de verificar como a Semiótica é apresentada nos livros sobre Teoria da Comunicação, é necessário que se compreenda a origem epistemológica dessa ligação. No artigo “Comunicação e Semiótica: das mediações aos meios”, a pesquisadora Lucrécia Ferrara faz uma referência à obra de Martin Barbero “Dos meios às mediações, comunicação, cultura, hegemonia” (2006). Lucrécia sugere uma inversão dos termos. A autora aponta que a relação epistemológica que se constrói entre sujeito e objetos científicos quando em processo de evolução cultural, e tecnológica, poderia “substituir a mediação, de base linear e monovalente, pela interação que assume as características complexas, circulares e polivalentes entre emissor e receptor ou entre mensagem e meios” (Ferrara, 2008, p. 84).

Ferrara considera modificar o conceito de Comunicação enquanto transmissão, para trocá-lo por interação. Assim seria criado um “ambiente de informação” sugerido pelos meios enquanto manifestação semiótica.

Os meios seriam constituídos por signos e produzem linguagens que, independente da maior ou menor versatilidade tecnológica do instrumento que lhe dá suporte e, exatamente por isso, evidencia inesgotável capacidade de produzir interações, subjetividades, trocas entre igualdades não hegemônicas e, por isso, são capazes de contemplar ou fazer surgir diferenças (Ferrara, 2008, p. 84).

É essa interação que, segundo a autora, torna possível a ocorrência de ações comunicativas dinâmicas, circulares e solidárias que são capazes de produzir matrizes culturais multiplicadoras da comunicação e da informação. Porém, ela alerta que essa troca de definição exige o entendimento de que a comunicação faz parte de um “macro ambiente natural, cultural e tecnológico e que isso torna possível a circulação interativa que está em todas as linguagens” (Ferrara, 2008, p. 85).

Seria preciso “superar o conceito de comunicação centrada na mensagem, para assumir que os meios que a transmitem ou a estrutura enquanto signos capazes de caracterizar uma linguagem e que dão sentido cultural às variáveis históricas”. Isso traria uma “radical metamorfose da compreensão dos meios”, envolvendo comunicação e semiótica (Ferrara, 2008, p. 85).

França (2001, p. 13) define a Comunicação como um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos. Neste ponto, ela corrobora o sentido do termo

defendido por Ferrara. Tal definição correlaciona os interlocutores, a produção de sentido e o contexto social, político e cultural.

Neste sentido, Ferrara (2008, p. 85) propõe um conceito para a Semiótica,

como ciência que supera sua rígida, embora eficiente, estratificação metodológica, para considerar os meios nas singularidades da sua codificação sónica e nas possíveis interfaces que podem ocorrer entre elas, gerando outros meios e interações como elementos inevitáveis que estão presentes no imprevisto emaranhado das redes culturais: a interação submete a mensagem à semiose dos signos que evidenciam um modo de comunicar em expansão.

Ferrara (2008, p. 85) trabalha com a proposta de que a Comunicação deve levar em conta a interação porque precisa considerar “o receptor como um cogestor do processo comunicativo” e que semiótica “deve considerar a semiose de todos os signos e linguagens que relativiza os significados e impõe a percepção de que todos os enunciados constroem a cultura e são por ela construídos”.

Ela sugere transformar os substantivos Comunicação e Semiótica em verbos comunicar e semiotizar.

Essa operação parece ser necessária para explicitar o processo de simetria que leva à geração de um significado, a partir do modo específico de ser signo ou do efeito de um meio como elementos detonadores de uma nova comunicação, gerada pelos meios, evidenciados semioticamente (Ferrara, 2008, p. 93).

Ferrara (2008, p. 91-92) reconhece a Comunicação e a Semiótica como sendo conceitos complementares e conclui que, “se sem semiose não há semiótica, sem diálogo e interação não há comunicação e, em consequência, sem semiótica não há comunicação e, sobretudo, cognição comunicativa através dos signos que a sustentam” (Ferrara, 2008, p. 91-92).

Assim, a Semiótica aparece como uma ciência que

supera sua rígida, embora eficiente, estratificação metodológica, para considerar os meios nas singularidades da sua codificação sónica e nas possíveis interfaces que podem ocorrer entre elas, gerando outros meios e interações como elementos inevitáveis que estão presentes no imprevisto emaranhado das redes culturais: a interação submete a mensagem à semiose dos signos que evidenciam um modo de comunicar em expansão (Ferrara, 2008, p. 92).

Para que esses conceitos de Comunicação e Semiótica possam ser considerados, Ferrara

(2008) propõe que a Comunicação considere o receptor também como parte da gestão do processo comunicacional e que a Semiótica necessita considerar o processo de interpretação de todos os signos e de todas as linguagens, considerando tudo aquilo que faça parte da cultura de uma sociedade como parte importante para essa interpretação e construção da mensagem.

O pesquisador Francisco Pimenta, ex-professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, em uma publicação intitulada “Percursos Epistemológicos Comunicacionais no Brasil: 20 anos do GT de Epistemologia da Comunicação da Compós”, discorreu sobre o potencial da Semiótica para a Comunicação. O professor ressalta a importância de autores como Décio Pignatari, Lucia Santaella e Haroldo de Campos que contribuíram para a discussão da Semiótica na Comunicação. Pimenta (2022) enfatiza que “a Semiótica é a teoria dos signos. Então, nada melhor para a Comunicação do que estudar Semiótica” (Pimenta, 2022, p. 157). Ele lembra que é preciso considerar que o processo de comunicação é complexo como também a Semiótica. E reconhece que, ao longo de sua jornada como pesquisador, teve como missão divulgar o papel da Semiótica para a Comunicação. “É como se fosse assim uma missão querer chamar a atenção para a utilidade da Semiótica para a Comunicação” (Pimenta, 2022, p. 157).

Machado e Romanini (2020, p. 91) têm essa mesma visão de complexidade do fenômeno da Comunicação e entendem que, por ela ser tão fundamental à sociedade, daí podem vir as dificuldades das teorias que precisam compreendê-la e explicá-la. Eles também reconhecem a necessidade de se entender a Comunicação como agente de transformação das interações sociais ou biológicas. Os autores consideram a Comunicação como uma questão Semiótica, na qual a interação é vista como um processo complexo em um ambiente composto por sistemas e subsistemas abertos, organizados através de fluxos de informação, onde a ação dos signos, ou semiose, é o fenômeno central. Quando se leva em conta, segundo eles, a Comunicação como um componente da realidade,

(...) ela surge como uma propensão das espécies para interagir no ambiente, buscando condições de sobrevivência e evolução contínua. Do ponto de vista semiótico, essa propensão para interagir no ambiente é um ato de compreensão do mundo que antecede a transmissão de informações em mensagens codificadas. Compreender como funcionam essas relações, que constroem atos cognitivos que se tornam fundamentais para a investigação Semiótica da Comunicação (Machado; Romanini, 2020, p. 91).

Em 2022, Maíra Santos e André Silva fizeram um estudo sobre as publicações com o tema Comunicação e Semiótica comparando as do Brasil com as internacionais. Segundo os autores, considerando a Comunicação, sob o ponto de vista da Semiótica, o trabalho mais citado no cenário internacional é o livro Kress, “Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication”, de 2009. O livro, que trabalha Comunicação e Semiótica, é “A theory of semiotics” de Umberto Eco, publicado em 1979. O texto apontou em nível mundial e no contexto brasileiro, que a Semiótica é trabalhada de forma interdisciplinar e historicamente aparece ligada à Comunicação. As autoras afirmam que, no Brasil, os estudos começaram com “modelos matemáticos, estudos de interface do usuário e semântica até chegar nos estudos de engenharia humana, teorias da computação e métodos de inspeção semiótica, revelando a forte vertente dos estudos brasileiros na área de tecnologia” (Santos; Silva, 2022, p. 9). Elas recomendam estudos sobre Comunicação e Semiótica com interfaces com outras áreas: “design, sistemas de informação, símbolos e signos e mediação de tecnologia, turismo, jogos, softwares autônomos ou de feedbacks uma vez que são as temáticas mais citadas na literatura do país” (Santos; Silva, 2022, p. 9).

Em “Semiótica e Comunicação” (2004), José Luiz Fiorin aborda o conceito de comunicação como um processo complexo que envolve a troca de significados entre os indivíduos. Ele destaca a importância dos signos e símbolos na transmissão de mensagens e na construção de significados compartilhados entre os interlocutores. Fiorin enfatiza a dimensão cultural e social da comunicação, argumentando que ela é influenciada por diversos fatores contextuais, como valores, normas e crenças compartilhadas pela sociedade. Dessa forma, ele concebe a comunicação como um fenômeno que ocorre em diversos níveis e contextos, sendo fundamental para a interação humana e para a construção de relações sociais e culturais.

De acordo com a obra, a relação entre comunicação e semiótica é intrínseca e fundamental. A Semiótica é apresentada como uma abordagem teórica que possibilita a compreensão dos processos comunicativos, fornecendo ferramentas analíticas para examinar como os signos são utilizados na transmissão de mensagens e na construção de significados compartilhados entre os interlocutores.

O autor retoma uma perspectiva ampla e profunda sobre a Comunicação, destacando a importância da Semiótica como uma ciência da comunicação capaz de interpretar os signos e

símbolos na troca de informações e na criação de sentidos. A Semiótica surge não apenas como área de estudo da linguagem verbal, mas dos sistemas simbólicos existentes em diversas práticas comunicativas, como a publicidade, o cinema, a arte, entre outros. O autor reconhece que a relação entre Comunicação e Semiótica é de complementaridade e interdependência, uma vez que a Semiótica fornece os instrumentos conceituais e metodológicos necessários para analisar e compreender os processos comunicativos.

Fiorin (2004) discute a natureza da linguagem e do discurso, examinando como os signos são utilizados para criar significados e transmitir mensagens em diferentes contextos comunicativos. Como autores citados anteriormente, ele também explora questões relacionadas à produção, recepção e interpretação de textos e discursos, considerando os aspectos culturais, sociais e históricos. Sugere-se, portanto, que, pelos estudos realizados, pode-se notar uma certa predominância dos estudos Semióticos na Comunicação sobre o ponto de vista peirceano, com base nos estudos de Charles Sanders Peirce e dos autores que o estudam como Lucia Santaella, Winfried Noth, dentre outros. Ferdinand Saussure aparece no que se refere aos estudos linguísticos.

A partir da perspectiva da Comunicação como campo de estudo e do estabelecimento da posição da Semiótica nesse contexto, verifica-se que a área de Comunicação e Semiótica se configura como domínio consolidado de pesquisa desde a década de 1970, com a criação dos programas de mestrado e doutorado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Compreende-se, ainda, que as teorias constituem, primordialmente, construções interpretativas, sendo, neste caso, a Comunicação e a Semiótica concebidas como abordagens teóricas da Comunicação com potencial de aplicação em distintas áreas do conhecimento. No caso desta tese, são utilizados como base teórica para a aplicação no campo do Design como campos indissociáveis, como confirmado pelos autores já mencionados.

3.2 COMUNICAÇÃO E DESIGN

A Comunicação é um campo de estudo muito abrangente. Nesta pesquisa considera-se essa diversidade de atuações, reconhecendo o seu caráter híbrido e, principalmente, a possibilidade de trabalhar com outras formas de linguagens como, no caso desta pesquisa, o

Design⁴.

Na origem da palavra, Martino (2003) ressalta que a ideia de comunicação está ligada ao produto de um encontro social. Essa afirmação está relacionada à ideia de ação em comum em uma situação de troca. Santaella (2001, p.16) enfatiza que vários autores já trataram a pluralidade dos fenômenos comunicacionais e ressalta a sua multiplicidade de sentidos. Ela reconhece o fenômeno comunicacional como sendo capaz de interferir na vida privada e no contexto social. Enquanto área do conhecimento está ligada a outras disciplinas ciências até emergentes (Santaella, 2001, p. 75).

Propõe-se uma discussão sobre Comunicação e Design sob o ponto de vista epistemológico. A partir do surgimento de seus estudos no campo acadêmico e da ciência, verificaram-se alguns dos principais desafios no mundo contemporâneo e a identificação das coincidências epistemológicas que envolvem as áreas. E a Semiótica aparece como uma Ciência da Comunicação que visa interpretar todas as formas de linguagem.

Pretende-se provocar a discussão sobre o que faz o Design e a Comunicação dialogarem sobre o processo de produção do conhecimento e a maneira como o design pode ser percebido como objeto comunicacional. Para isso, identificaram-se alguns desafios epistemológicos e foram apontados caminhos no quadro conceitual com base em reflexões sobre a Teoria do Conhecimento e como algumas discussões perpassam pela Comunicação e Design e a forma como se tornaram “entidades” para serem estudadas.

A intenção foi refletir sobre as possibilidades contemporâneas de estudos de outros fenômenos, entendendo como algumas discussões podem ser concebidas no âmbito comunicacional sem implicar em simples reflexões sobre disputas de campo da ciência. Utilizou-se para isso, a noção de campo de Bourdieu (1983), a fim de ajudar no entendimento de como é possível desconstruir a ideia de que uma área, para ser solidificada enquanto campo, precisa ser necessariamente qualificada como disciplina.

Reconhecendo que toda concepção teórica gera um modelo de explicação, o Design foi abordado como uma área interdisciplinar que, junto com a Comunicação, busca modelos de

⁴ Este subcapítulo da tese, “Comunicação e Design”, foi publicado em um trabalho para o Intercom Sudeste em 2024, com o título “Comunicação e Design sob uma perspectiva epistêmica”. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/1888/050320241021516634e4ef8f54d.pdf>.

teorias e artefatos para representar o mundo e sobre como as teorias do conhecimento podem ajudar neste sentido. Ao se considerar a linguagem como fenômeno estudado tanto no Design como na Comunicação, talvez se consiga um ponto de intercessão que auxilie nas reflexões epistêmicas e o entrelaçamento entre essas áreas. Há a necessidade dessa discussão, embora se saiba que no campo da ciência, as disputas por poder, lugares de fala e campo acontecem e envolvem muito mais do que a divulgação do conhecimento. Porém, percebe-se a necessidade em se considerar um equívoco a redução do objeto de ambas as áreas à prática da profissão no mercado de trabalho. Alguns teóricos da epistemologia trabalham reflexões sobre a noção de campo na comunicação, sob o ponto de vista crítico. Para Pierre Bourdieu, o campo seria um espaço bem definido e estruturado.

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar e conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (Bourdieu, 1983, p. 57).

Segundo o autor, a posição de cada um no campo seria ao mesmo tempo científica e política. Essas disputas acontecem em vários setores do conhecimento e, na comunicação, não é diferente. Essa discussão é ainda maior quando se abordam as teorias do jornalismo que se delimitam, muitas vezes, ao estudo e análise de veículos de comunicação, aspectos noticiosos, dentre outros. Este item tem como foco a abordagem da Comunicação e do Design como campos que extrapolam a noção tradicional de disciplina, sendo analisados sob uma perspectiva epistemológica ancorada nos limites teóricos próprios de cada área. O objetivo não é enfatizar disputas de campo nos termos definidos por Bourdieu, mas destacar o potencial dessas áreas para formular questões teóricas e metodológicas capazes de contribuir para a investigação de suas aparências e essências.

Sodré (2014, p. 7) define a palavra Comunicação como uma “síntese nominal de uma variedade de práticas contemporâneas que se estendem desde as trocas intersubjetivas de palavras até a transmissão tecnologicamente avançada de sinais e mensagens”. Levando-se em consideração que essas práticas fazem parte de praticamente tudo o que se faz ou pensa, pode-se refletir sobre as várias possibilidades de atuação e estudos comunicacionais.

Assim como a biologia descreve vasos comunicantes ou a arquitetura prevê espaços comunicantes, os seres humanos são comunicantes, não porque falam (atributo consequente ao sistema linguístico), mas porque relacionam ou organizam mediações simbólicas – de modo consciente ou inconsciente – em função de um comum a ser partilhado. No âmbito radical da comunicação, essas mediações não se reduzem à lógica sintática ou semântica dos signos, porque são transversais, oscilantes entre mecanismos inconscientes, palavras, imagens e afecções corporais (Sodré, 2014, p. 7).

O autor lembra que os dicionários atuais, principalmente os norte-americanos, tratam o termo comunicação como transmissão de mensagens ou de informações. O desenvolvimento das tecnologias da comunicação e informação foi reforçado na Europa, inclusive no meio acadêmico e sob a influência da linguística e da filosofia da linguagem. A Comunicação buscou um objeto comum a elas, pensando na possibilidade de criar uma ciência geral do homem.

A ideia da comunicação foi, assim, anexada aos modelos de transmissão de signos. É verdade que o significado “transmissão” remonta ao século XVI (“comunicar uma notícia”), mas a sua estabilidade contemporânea decorre muito provavelmente da energia da palavra informação, que implica a organização codificada da variedade – portanto, a doação de forma a uma matéria ou a uma relação qualquer – e o fluxo de sinais de um polo ao outro. Hoje, o termo mídia resume a diversidade dos dispositivos de informação. Embora comunicar não seja realmente o mesmo que informar, a pretensão ideológica do sistema midiático é atingir, por meio da informação, o horizonte humano da troca dialógica supostamente contida na comunicação (Sodré, 2014, p. 8).

Se for considerado esse conceito amplo, pode-se refletir sobre a Comunicação sob o ponto de vista epistemológico no mundo contemporâneo e a necessidade de as teorias do conhecimento problematizarem ou refletirem sobre esses fenômenos de forma crítica. Sodré propõe o olhar sobre a comunicação como uma nova forma de socializar, um modo de organização da sociedade. Dentro do contexto de produção, circulação e consumo, a comunicação viria como uma continuidade do processo como uma forma organizativa no “rearranjo de pessoas e coisas”.

As coisas, as diferenças aproximam-se como entidades comunicantes porque se encadeiam no vínculo originário (uma marca de limites, equiparável ao sentido) estabelecido pelo símbolo. Não se entende símbolo aqui como uma figura secundária de linguagem ou como um epifenômeno linguístico, mas como o trabalho de relacionar, concatenar ou pôr em comum (*syn-ballein*) formas separadas, ao modo de um equivalente geral, energeticamente investido como valor e circulante como moeda, falo, pai, monarca, signo, ou

seja, como originárias mediações simbólicas que se desdobram em economia, psiquismo, parentesco, política e linguagem (Sodré, 2014, p. 11).

Nesse rearranjo de pessoas e coisas, seria possível reorganizar as estruturas e os paradigmas já propostos para os estudos de comunicação como já sugerem alguns autores. Tomando o conceito original do autor Tomas Kuhn, os “paradigmas são as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência” (Kuhn, 2011, p. 13). Em seus estudos também lembra que o progresso científico funciona como uma competição. E que no momento de crise é que essa revolução acontece. Com a ideia de consenso de uma comunidade científica seria possível resolver problemas.

As chamadas “anomalias” são reconhecidas a partir do momento em que as expectativas do paradigma vigente são suplantadas por fenômenos que, ou são extremamente difíceis de serem explicados, ou são tão anômalos que são impossíveis de se explicar a partir das teorias do paradigma (Kuhn, 2011, p. 77).

É preciso, portanto, reformular a teoria, incorporando o novo fenômeno como parte a ser explicada. E é necessário criar conceitos para analisar esse processo. Neste caso, seriam necessários novos modelos e teorias para se entender o mundo contemporâneo sob o ponto de vista da Comunicação. Os objetos, os estudos de mídia tal como acontecem atualmente merecem reflexões, na medida em que a informação e os seus modelos de estudos de aplicação se transformam rapidamente.

A forma de interação do homem com o ambiente também é um desafio para o campo do Design. Reconhecendo que toda concepção teórica pode resultar em um modelo de explicação, o ponto de vista do Design entraria não apenas para criar objetos que ajudem o ser humano em suas tarefas cognitivas, mas também em suas atividades do cotidiano. Um dos desafios é identificar os modelos de se projetar um objeto ou a forma de se pensar o design do ponto de vista do conhecimento ligado a outras áreas e sem, necessariamente, se levantar a discussão se uma é ou não campo da outra. O pressuposto é a ampliação de visões sobre um determinado fenômeno sob aspectos que possam dar suporte a um estudo.

A expressão design surgiu na Inglaterra no século XVII, como uma tradução de “*disegno*” (em italiano). No Brasil, está diretamente relacionado ao verbo *designare* (intenção) e de desenho (configuração). Assim, “do ponto de vista etimológico, o termo [design] já contém (...)”

uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro de registrar/configurar/formar (Cardoso, 2004, p. 20).

Desde o início de sua projeção enquanto profissional, o designer esteve muito próximo ou diretamente ligado ao campo da comunicação. Durante a Revolução Industrial, surgiu o conceito de “lazer popular” com o aumento da construção de teatros, locais de exposição, parques e jardins. Assim, o conceito de lazer e de consumo vai se fundir e serão criadas as grandes lojas de departamentos, onde muitos designers, mais tarde, irão trabalhar. Essas mudanças de comportamento da sociedade geraram desafios em termos de organização e apresentação das informações. Junto com o avanço da imprensa, veio o aumento da procura por impressos, trabalhos gráficos e de criação de imagens. Após as transformações proporcionadas pela Revolução, houve um movimento de retorno e valorização aos trabalhos artesanais na produção industrial e uma preocupação com a estética, aliada à questão funcional, o movimento *Arts and Crafts*.⁵

Porém, foi a escola alemã Bauhaus que se propôs a organizar o saber, a troca de conhecimentos e o ensino em design no mundo. Assim, começa o esforço para a sistematização do profissional com base na prática do mercado, no ensino e na pesquisa em design. Como na comunicação, o design também está imerso nas questões econômicas e produtivas mundiais.

As coincidências de desafios epistêmicos entre as duas áreas se expandem para o decorrer do século XXI. Voltando à definição de campo de Bourdieu, as duas buscam se solidificar enquanto setor de pesquisa. Esbarram em análises de objetos e, principalmente, no design, ainda são construídas teorias que podem discutir os modelos de aplicação dos estudos. A filosofia, a sociologia, as relações entre o homem e o mundo são possibilidades de estudos entre as duas áreas. O consumo exacerbado, as divulgações das informações e as interfaces entre tecnologia e o ser humano que geram mudanças de comportamento do usuário/consumidor e objetos/serviços e mensagens também.

O Design pode ser percebido como objeto de estudo comunicacional, na medida em que trabalha com vários aspectos da Comunicação como as ferramentas e recursos, mas também a

⁵ O Arts and Crafts foi um movimento que surgiu na Inglaterra como resistência ao avanço da produção industrial desqualificada, opondo-se à massificação dos produtos e à exploração do trabalho operário, trazendo o resgate das artes manuais, da valorização do artista (artesão) e do produto confeccionado. O movimento criticava a perda da qualidade artística relacionada à exploração do trabalhador em um ambiente alienante, apostando na solução através do retorno do homem ao ofício e à arte (Castro; Imbrunito, 2020, p. 413).

parte teórica como as Teorias da Comunicação, Comunicação Visual, Estética e Percepção. E o contrário também acontece. A Comunicação utiliza os recursos da formação do Design para a divulgação e organização das informações.

Espera-se neste item promover uma reflexão sobre as coincidências epistêmicas entre a Comunicação e o Design, a fim de considerá-los sob a ótica de duas linguagens que interagem, caminham próximas enquanto pesquisas em determinados aspectos. Desde o seu surgimento enquanto profissão e área de estudo, o Design está direta ou indiretamente ligado à Comunicação, seja como suporte para o desenvolvimento de material para o mercado, para a divulgação de informação até o ponto de discussões teóricas como propostas aqui neste texto.

Ao longo da pesquisa, buscou-se compreender essas aproximações e coincidências entre os campos. A ideia é aproveitar as diversidades desses pontos de vista e possibilidades de diálogos com outras áreas para impulsionar uma produção teórica geradora de conhecimento no Design e na Comunicação e que essas pesquisas tenham sua atenção voltada para a natureza desse conhecimento. Ao considerarmos como premissa nesta tese o Design como um fenômeno de Comunicação (Burdek, 2006, p. 289), podemos considerar o entendimento de alguns processos comunicacionais como essenciais para o pensamento e a atividade projetual dos profissionais de Design.

3.3 COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NO DESIGN

No contexto brasileiro, desde a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) no Rio de Janeiro (1962), os conteúdos de Comunicação já estavam ligados ao ensino de Design. As disciplinas de Desenho Industrial e Comunicação Visual foram inseridas na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP já na década de 1960. Em 1957, a Escola de Artes Plásticas, mais tarde conhecida como Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), ofertava, com o nome de cursos com quatro áreas, dentre elas a de Artes Plásticas (Pintura /Escultura/Gravura), Desenho Industrial e Comunicação Visual, Decoração e Licenciatura em desenho (<https://ed.uemg.br/sobre-a-ed/historia/>).

A Comunicação Visual aparece desde o início atrelada ao Design, primeiramente como um curso com características semelhantes. Depois, passou a aparecer como disciplina em determinados cursos e ampliam-se os conceitos e setores de atuação dos conteúdos específicos de Comunicação nas graduações em Design.

Lucia Santaella dividiu a grande área da Comunicação em alguns territórios delimitados a partir dos elementos do processo comunicativo: 1. Território da mensagem e códigos; 2. Território dos meios e modos de produção das mensagens; 3. o território do contexto comunicacional das mensagens; o território do emissor ou fonte de comunicação; o território do destino ou recepção da mensagem (Santaella, 2001. p.86). Para este estudo, pretende-se atentar para o território da mensagem e dos códigos.

É nele que se apresentam as pesquisas referentes às linguagens, discursos, sistemas e processos signícos das mais diversas ordens: biológicos, corporais, linguísticos, hipermidiáticos, com todas as suas misturas, além de processos contracomunicativos, poéticos, artísticos, quer dizer, processos rebeldes em relação aos sentidos instituídos (Santaella, 2001, p. 86).

No território que se encontram os estudos dos códigos ou sistemas nos quais os signos e linguagens se organizam e se relacionam uns com os outros, estamos diante do território em que pensamos estar parte dos estudos semióticos (Santaella, 2001, p.86). Assim, torna-se necessário definir quais os principais conceitos de Semiótica abordados no campo do Design, ressaltando-a como uma Teoria da Comunicação.

A Semiótica possibilita a fundamentação teórica capaz de promover a investigação dos sistemas de significação de objetos, como afirma Santaella (1995, p. 44):

Como se pode ver, a ligação do signo ao objeto se dá sob algum aspecto ou qualidade. Quer dizer: o signo está ligado ao objeto não em virtude de todos os aspectos do objeto, porque se assim fosse, o signo seria o próprio objeto. Pois bem, ele é signo justamente porque não pode ser o objeto. Haverá, desse modo, muitos aspectos do objeto que o signo não tem poder de recobrir. O signo estará, nessa medida, sempre em falta com o objeto. Daí sua incompletude e consequente impotência. Daí sua tendência a se desenvolver num interpretante onde busca se completar.

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 dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os aspectos, mas com referência a um tipo de ideia de que, por vezes, denominei fundamento do representamen (Peirce, 2008, p. 46).

Seguindo a lógica da relação triádica proposta por Charles Sanders Peirce (Peirce, 2008, p. 46), o representamen (o signo em si), objeto (o que representa) e interpretante (a interpretação gerada), o produto/objeto de Design seria o representamen capaz de gerar o processo de semiose/interpretativo no usuário. Isso pode ser facilitado pela linguagem não verbal aplicada aos produtos: forma, cor, textura, possibilidades de interação. Identificar o Design como fenômeno semiótico comunicacional é reconhecer que os objetos podem construir sentidos, provocar experiências.

Em sua codificação acerca da cultura, Umberto Eco também criou uma dimensão diacrônica nos estudos semióticos. Para o autor, o critério de um código é a sua convencionalidade. A primeira definição criada por ele foi a de que “qualquer sistema de símbolos que, por consenso prévio entre o destinador e o destinatário, é usado para representar ou transmitir qualquer informação” (Eco, 1968, p. 30-34).

Eco se preocupa com tudo o que pode ser tomado como signo. Para ele, signo seria tudo o que pode ser substituído significativamente por outra coisa. O autor ressalta ainda que essa outra coisa não precisa necessariamente existir ou “estar em algum lugar no momento em que um signo o representa” (Eco, 1976, p. 7).

É importante considerar os sentidos denotativo, conotativo e simbólico que um objeto enquanto signo é capaz de repassar para o seu usuário. O consumo de determinados produtos por parte da população pode ser compreendido a partir dos significados sociais construídos em torno das marcas, que funcionam como signos culturalmente compartilhados. E, por outro lado, esse produto e tudo o que está inserido em seu conceito foi pensado e idealizado justamente para promover a reação do consumidor. A questão estética, a qualidade tecnológica, bem como as propriedades ergonômicas vão se aliar às percepções que o usuário tem ao adquirir o produto ou ao querer possuí-lo. Os valores emocionais podem contar muito nesse aspecto.

Charles Sanders Peirce foi o enunciador da tese de que todo pensamento se dá em signos, na continuidade dos signos. Ele conclui que tudo que aparece à consciência, assim o faz em uma gradação de três propriedades que correspondem aos três elementos formais de toda e qualquer experiência. Essas categorias foram denominadas:

1) Qualidade, - 2) Relação e 3) Representação. Algum tempo depois, o termo Relação foi substituído por Reação e o termo Representação recebeu a denominação mais ampla de Mediação. Mas, para fins científicos, Peirce preferiu fixar-se na terminologia de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, por serem palavras inteiramente novas, livres de falsas associações a quaisquer termos já existentes (Santaella, 1995, p.7).

Após uma breve definição do termo Semiótica, é possível começar a se estabelecer a relação entre as áreas de Comunicação e Semiótica no campo do Design. Design, Comunicação e Semiótica são áreas de estudos interdisciplinares, que se complementam em muitos pontos.

O Design é uma área multidisciplinar. Em seu componente específico, segundo a portaria 442, de 30 de maio de 2018, a prova do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade 2018), aponta como referência um perfil profissional que contemple: “dialogar com diferentes áreas de conhecimento e atividades humanas em situações de projeto; II. sintetizar e configurar em projetos de design”.

Lucia Santaella apresenta a definição de Semiótica como ciência dos signos, e como a ciência de toda e qualquer linguagem" (1983, p. 9-10). E, ainda como “um campo do conhecimento que nos ajuda a compreender melhor o mundo ao nosso redor” (Santaella, 1983, p.14). Assim, no Design, os projetos são permeados de signos que, desde a formulação do conceito até a sua divulgação, com significados e ideologias, são capazes de representar os produtos e/ou marcas.

A relação entre as áreas foi reforçada por Burdek (2006, p. 247), quando o autor apresenta o triângulo hermenêutico, estabelecendo a relevância do significado do objeto no design, na medida em que esse significado é utilizado no sentido de semântica, estudado pela Semiótica. É preciso “compreender” o sentido, “enxergar” a intenção (Burdek, 2006, p. 252).

Figura 2 - Triângulos hermenêuticos



Fonte: Adaptado de Burdek, 2006, p. 247.

A relação entre Design, Comunicação e Semiótica pode ser percebida nos conceitos de alguns produtos que remetem à interpretação simbólica do objeto. As áreas se aproximam na medida em que propõem serem formas de linguagem ou de interpretação do mundo contemporâneo. Como os conceitos semióticos, à luz de Charles Sanders Peirce, Umberto Eco, Lucia Santaella, Lucy Niemeyer, dentre outros, podem servir como parâmetros para a elaboração de projetos de desenho industrial, a fim de estabelecer melhor a relação usuário/objeto.

A pesquisadora Lucy Niemeyer corrobora essa definição e discorre sobre a importância da Semiótica como referencial teórico para a análise das metodologias utilizadas pelo designer (Niemeyer, 2010, p. 16). Durante o final do século XX, a significação do produto e o que ele inclui de conceito passaram a fazer parte do processo de desenvolvimento do produto. A partir daí, não bastava mais que o objeto fosse “formalmente agradável” (Niemeyer, 2010, p.18), ele precisaria demonstrar as intenções que o seu idealizador (designer) teve ao criá-lo e para que tipo de público. Assim, em todas as etapas de desenvolvimento do produto, o profissional do design precisa pensar no que o objeto representa ou representará para o seu usuário.

Esse pensamento se torna mais complexo quando são levadas em consideração as preocupações com as dimensões de um produto, sua identidade e referências. E ainda as características que são visíveis ao objeto como os elementos de configuração; os materiais empregados; os procedimentos de produção e de acabamento; a composição e a organização de suas partes; o esquema cromático aplicado; os odores que exala; os sons que produz (Niemeyer, 2010, p. 56).

Percebe-se no cotidiano uma preocupação do consumidor não apenas com o produto adquirido, mas também com todo o conceito inserido em sua divulgação, em sua marca. É preciso levar em conta o comportamento do consumidor. É nesse sentido que o designer pode valer-se dos conceitos semióticos. Seu trabalho vai muito além do que se preocupar com a função do produto. Passa também pelas investigações que resultam na imagem simbólica dele.

Em um estudo fundamentado pela Semiótica, as questões sógnicas pertencentes ao produto devem ser vistas segundo o contexto cultural no qual se dá o processo comunicacional. “Os signos têm vinculação cultural e seus objetos de referência devem ser considerados como unidades culturais” (Niemeyer, 2010, p. 57). A concepção dessa imagem é importante para se estabelecer a comunicação entre usuário-produto. Os produtos ou objetos industriais podem ser vistos pela perspectiva do código de Eco.

Lucy Niemeyer discute a comunicação no trabalho do designer e as referências entre o gerador da mensagem (designer) e o interpretador (fornecedor, empresário, consumidor, entre outros). Nesse processo, a mensagem deve levar o interpretador a tomar uma decisão. Para tanto, ele leva em conta os seus valores, conhecimentos prévios, questões afetivas, culturais e até mesmo religiosas. É preciso considerar que não há comunicação inocente e que o profissional precisa ter a noção do que seja persuasão e manipulação. Desta forma, o designer deverá pelo menos tentar adiantar ou prever algumas situações sobre como o consumidor final verá o produto, sua interação com ele por meio de “sua forma, cores, texturas, materiais, organização” (Niemeyer, 2010, p. 33).

Muitas vezes cabe ao profissional do Design perceber ou identificar a necessidade do consumidor para alguns produtos ou até mesmo de criar essa demanda, tornando-os objetos de desejo. De acordo com a cultura, um signo pode ser interpretado de modo próprio. Para tanto, é preciso que o designer tenha “familiaridade, compreensão e domínio do grupo cultural em que o produto resultante circulará” (Niemeyer, 2010, p.57).

Niemeyer atenta para a relevância da tradição, hábitos, valores, características políticas e econômicas serem mapeadas no início dos projetos de produto. Essa preocupação da autora segue a lógica de raciocínio de Eco que definiu a semiótica como um programa de pesquisa que “estuda todos os processos culturais como processos de comunicação” (Eco, 1976, p. 8). Segundo o autor, “a cultura pode ser completamente estudada sob uma perspectiva semiótica” (1976, p. 7).

É possível, segundo Lucy Niemeyer, estabelecer as referências sobre as indicações dos elementos presentes no produto e que podem ser capazes de sugerir ou propor interpretações sobre ele (Niemeyer, 2010, p. 58). A autora retoma os conceitos de Charles Sanders Peirce sobre ícone, índice e símbolo. Ela aponta as referências icônicas que têm por base o aspecto da semelhança do objeto por imagem, estrutura ou até mesmo por uma metáfora.

Uma forma representacional associa um produto a um grupo de produtos (formas curvas relacionadas a produtos infantis). Uma cor pode se referir a uma qualidade e associar o produto a ideias já estabelecidas (o “vermelho bombeiro”). O material de um produto pode, de acordo com a similaridade interpretada, referir-se a outra coisa (o metal cromado como próprio para o exercício de certas atividades profissionais técnicas). O produto pode ser interpretado como referência a outro objeto por meio da semelhança de atributos formais, apesar da diferença de materiais, construção ou uso, funcionando como um substituto. Trata-se de um processo de analogia. As partes de um produto se relacionam entre si por meio da semelhança da forma a um dado estilo, por um grupo de formas que o define como um todo. O produto pode ser interpretado como referência a um ambiente específico, podendo ser reconhecido, de modo coerente, como pertencente a ele (mobiliário hospitalar, por exemplo) (Niemeyer, 2010, p. 58-59).

A autora sugere ainda as referências indiciais de um produto. Aquelas que aparecem como vestígios. “Um desenho, um detalhe ou posição de um produto apontam uma direção, que indica uma função técnica ou utilitária, podendo ser interpretada como indicando algo, dirigindo o olhar como uma seta” (Niemeyer, 2010, p. 60). Isso também acontece com os sinais luminosos, com os sons, o cheiro de determinado produto e até mesmo o toque. Essa referência indicial do cheiro é muito utilizada na criação dos produtos ou até mesmo por seus locais de venda. Remetem à imagem ou a sensação de proximidade com o objeto. Um exemplo disso seria o “cheiro de carro novo”. A essência já é até mesmo reproduzida para gerar a sensação de se possuir um produto novo. O mesmo acontece com coleções de objetos para crianças: sapatos, brinquedos.

E, por último, há as referências simbólicas que podem estar inseridas na cultura de um povo. Isso pode ser aplicado à logomarca das grandes empresas que se tornam referências das marcas. A forma, a posição e as posturas simbólicas que o produto estabelece no mercado, bem como o material com o qual é produzido, também podem funcionar como uma referência simbólica do objeto (2010, p. 61). Na visão de Niemeyer, é necessário que o designer pense em alguns pontos na relação “produto/interpretador” (Niemeyer, 2010, p. 62). O relacionamento usuário/produto se dá com relação a:

Aspectos temporais e espaciais relacionados ao uso do produto; a caracterização do interpretador; a relação do produto com a situação do Interpretador; as motivações do Interpretador; as expectativas do Interpretador em relação ao produto; a ontologia do produto; tipologia do produto; características físicas do produto; com o que o produto se parece; designação do produto: o(s) nome(s) pelo(s) qual (quais) o produto é (são) destinado (s); produto como veículo de comunicação social; o modo pelo qual o produto atua como veículo de comunicação social; o papel do produto como um elemento de discriminação, integração ou ordenação social (Niemeyer, 2010, p. 62).

Na obra “Design como comunicação, uma abordagem semiótica” (2011, p. 77), Vinícius Romanini afirma que o trabalho do designer é semelhante ao do comunicador. Ele sugere que a Comunicação e Semiótica pode ser aplicada aos projetos de design em quatro fases:

A fase de fundamentação seria a etapa ligada à “percepção estética”. Nela, estaria o contato do profissional e do usuário com as cores, texturas e formas do produto. A segunda etapa seria a de apresentação, na qual a experimentação estaria ligada à fase de se produzirem desenhos ou mostrar visualmente ainda de forma preliminar.

Trata-se da etapa de criação de um signo que representa a essência do produto a ser desenvolvido, ou seja, de um objeto espaço-temporalmente definido e capaz de evocar no público-alvo, os conceitos que devem ser compartilhados para criar a identidade de significação (Romanini, 2011, p. 78).

A terceira fase seria a de representação que aparece como “capacidade própria do objeto construído tem de representar corretamente a forma, essência ou conceito sintetizados no processo de fundamentação”. Assim, “se a apresentação cuida da construção do objeto, a representação cuida de seu funcionamento como signo propriamente” (Romanini, 2011, p. 78).

E, posteriormente, viria a fase da comunicação.

A comunicação é a capacidade que o objeto criado pelo designer possui de transmitir uma mensagem gerando um efeito no receptor (cliente, consumidor) – um signo interpretante que, espera-se, compartilhe as mesmas qualidades e relações desenvolvidas no processo de fundamentação (Romanini, 2011, p. 78).

A Comunicação e Semiótica aparece como importante embasamento teórico para a formalização dos conceitos e no processo de desenvolvimento dos projetos de produto, requisitos tão indispensáveis aos designers. O pesquisador Frederico Braida trabalhou em seu texto “Linguagens híbridas: nas culturas, nas comunicações, nas artes e no design” a aproximação entre elas, no sentido de que ambas são linguagens e que fazem parte de um sistema híbrido que busca interseções com meios diversos. O autor busca a referência de

Marshall McLuhan (1911-1980) que em 1971 já considerava o surgimento de novas formas de linguagem e meios de comunicação que se intensificaram a partir da Revolução Industrial, chegando hoje a inúmeras possibilidades como redes sociais e outras diversas mídias. Considerando os meios como extensão do homem, McLuhan se referia à rádio e TV como as novas tecnologias e as considerava um ambiente no qual o ser humano habitava. O design também interfere nesse ambiente, com o desenvolvimento de projetos que podem auxiliar o ser humano na forma de ver e agir no mundo em que vive.

Na obra “Por que design é linguagem?”, Braida e Nojima (2014) tensionam uma reflexão sobre as possibilidades também de junção entre design, Comunicação e Semiótica, na medida em que trabalha com a concepção de design como linguagem. Partindo-se do pressuposto de que a Semiótica é uma ciência que busca interpretar as formas de linguagem e de que Design é linguagem, podemos sugerir que estariam amplamente relacionados.

Vários autores já ressaltaram a necessidade de trabalhar a função de comunicação e produção de significados dos produtos e/ou serviços no design. A professora Lucy Niemeyer reafirma a necessidade de o produto ter a função de comunicação. “Não basta algo ser formalmente agradável, ser funcional, prover uma boa interface. É mister também o produto portar a mensagem adequada, “dizer” o que pretende para quem interessa (Niemeyer, 2010, p. 18). A semiótica introduz aportes para resolver as questões decorrentes da preocupação da comunicação do produto do design (Niemeyer, 2010, p. 22).

Os objetos não podem ser apenas esteticamente agradáveis e funcionais. Reforça-se a importância das funções prática, estética e de uso, mas também da função simbólica. Para Charles Peirce, “tudo tem suas qualidades subjetivas ou emocionais, que são atribuídas de modo absoluto ou de um modo relativo, ou através de uma imputação convencional a tudo aquilo que for um signo dessa coisa (Peirce, 2003, p. 282).

A relação entre Design, Comunicação e Semiótica pode ser verificada em vários projetos que remetem à interpretação simbólica do objeto. As áreas se aproximam na medida em que podem ser consideradas formas de linguagem ou de interpretação do mundo contemporâneo. “A semiótica nos habilita a compreender o potencial comunicativo de todos os tipos de mensagens, nos variados efeitos que estão aptos a produzir no receptor. Esses efeitos vão desde o nível emocional, sensório até os níveis metafóricos e simbólicos” (Santaella, 2008, p. 59).

É importante ressaltar que “os produtos de design se constituem signos abertos a novas interações, suscetíveis a reações próprias do movimento dialógico inerente aos sistemas processuais de comunicação” (Niemeyer, 2010, p. 11). Em 1968, Pignatari já afirmava que o design trabalha o protótipo como signo (desenho, propósito, significação) (Pignatari, 1968, p. 26).

A função comunicativa dos objetos de design é explicada por alguns conceitos da Semiótica. A Semiótica estabelece “conexões” entre os mundos simbólicos dos usuários e os produtores de símbolos (as empresas e ou designers). A essa forma de comunicação considera-se como “codificação e decodificação de informações” (Burdek, 2006, p. 328). O autor enfatiza que para o design, esses códigos são importantes quando combinam aspectos culturais, convencionais e de socialização (Burdek, 2006, p. 328).

Mais do que adquirir um produto pela sua função, alguns consumidores buscam o que ele representa tanto pela ideologia que difunde através de sua marca, ou simplesmente por status em possui-lo. A função simbólica aparece ressaltada porque incluir valores de uma sociedade, seja pelo material escolhido (sustentável) ou pela sua usabilidade objetiva e clara.

Como parte da presente pesquisa, foi elaborado um artigo intitulado “Design, comunicação e semiótica: estudo das publicações sobre o tema na plataforma de periódicos da Capes” apresentado no Colóquio Internacional de Design 2023 e publicado na revista Pensamentos em Design. Design, Comunicação e Semiótica são áreas de estudos interdisciplinares que se complementam em muitos pontos. As primeiras definições sobre o design preocupavam-se com as características estruturais dos objetos e suas aplicações na produção industrial (Coutinho; Braida, 2023, p. 70).

Segundo o Conselho Internacional de Sociedades de Desenho Industrial (ICSID) (1995),

(...) o design industrial é uma atividade criativa cujo objetivo é determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se devem entender apenas as características exteriores, mas, sobretudo, as relações estruturais e funcionais que fazem de um objeto (ou de um sistema de objeto) uma unidade coerente, tanto do ponto de vista do produtor como do consumidor.

Para o Conselho, os estudos sobre design englobam todos os aspectos do ambiente humano condicionado pela produção industrial (ICSID, 1995). Foi no século XX que o design se solidificou enquanto setor de estudos acadêmicos, sempre interagindo e buscando influências de várias outras áreas como suporte teórico, dentre eles o da comunicação.

No âmbito das pesquisas em Design e Comunicação, alguns autores buscam respostas para essa relação entre as três áreas. A obra “Design, Comunicação e Semiótica”: estudos e pesquisas das relações transversais (2010), com organização da professora Vera Lúcia Nojima e de Licínio de Almeida Junior, em 2010, já apresentava artigos de pesquisadores brasileiros que conseguiram identificar a relação entre essas áreas do conhecimento. Segundo a autora, “não se pode pensar em concepção de produto sem uma intenção de comunicação” (2010, p. 10). É importante identificar as interfaces entre usuário e produto.

Autores como Frederico Braidia (UFJF) e Raquel Ponte (UFRJ) acionam, em suas pesquisas, a aplicação dos conceitos teóricos da Comunicação e Semiótica para os projetos de Design. Ambos propõem estudos sobre o design como formas de linguagem, utilizando a semiótica como uma ciência de interpretação do mundo contemporâneo.

De acordo com Braidia (2009, p. 3), “o design é uma forma simbólica, uma forma de comunicação e uma lente para se apreender o mundo contemporâneo”. Raquel trata o “design como fenômeno de representação, como signo”. Em sua tese de doutorado em 2017, ela se baseou na semiótica de Charles Sanders Peirce para “abordar a retórica e a polissemia no design, discutindo a criatividade na utilização do produto” (Ponte, 2017, p. 8).

Juliana Pontes Ribeiro discutiu a relação entre as áreas no artigo “Paradigmas e conceitos interdisciplinares entre o design e a comunicação”. A autora reconhece a face multidisciplinar do design e a forte influência da área da Comunicação com afinidades que vão além do uso de ferramentas criativas. A sintonia da produção de conteúdo da comunicação com o contexto temporal, social, utilização de linguagens e os padrões estéticos de cada época são preocupações do campo da comunicação há muitos séculos. No design, isso não é diferente. Esses padrões e/ou comportamentos são considerados nos processos criativos de cada projeto de design: “o próprio objeto ou o projeto como resultado final precisa comunicar afinidades e interesses em comum com seus usuários de maneira muito específica” (Ribeiro, 2015, p. 22).

A pesquisadora ressalta que as duas áreas trabalham com segmentações de mercado e público, mas se diferem na utilização da linguagem.

O que se pede de um produto de design é que ele seja ativo na tarefa de chamar a atenção do indivíduo e de levá-lo a querer explorar as suas qualidades, que podem ser sensoriais, emocionais, funcionais ou mesmo simbólicas. Diferente da publicidade, a persuasão nesse caso não pode se concentrar somente na tarefa de despertar o desejo pelo consumo do produto, serviço ou marca, mas deve ir além e servir como estímulo para a real interação entre o sujeito e o

objeto/projeto, algo que ultrapassa o impulso de desejo inicial. Portanto, mais do que a divulgação mercadológica do produto, serviço ou marca, o design precisa incorporar em si mesmo a capacidade de se relacionar com o seu público e informá-lo de suas potencialidades. Além de ser ativa enquanto portadora de uma mensagem, a capacidade comunicativa do produto/projeto de design deve impulsionar a ação/interação do usuário, estimulando um campo dinâmico entre esses dois pólos (Ribeiro, 2015, p. 22).

O ensino de Semiótica no Design foi tema da tese de doutorado da pesquisadora Cilene Estol, defendida em 2017, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Intitulada "Processos de significação no design: proposta de intervenção para disciplinas de Semiótica em cursos de graduação em design no Brasil", o estudo teve por objetivo investigar os processos de significação no design para elaborar uma proposta pedagógica que auxiliasse no processo de aprendizagem dos estudantes de Design no Brasil. A hipótese sustentou que a conscientização sobre os processos semióticos, por meio de experiências práticas, pode aprimorar as habilidades analíticas e criativas dos alunos no contexto do design, abrangendo dimensões metodológicas e epistemológicas (Estol, 2017, p. 23).

Metodologicamente, a pesquisa foi estruturada tendo como parte uma revisão de literatura dividida em semiótica geral, semântica no design e os princípios pedagógicos aplicados à educação superior. No campo da semiótica, foram exploradas as teorias de Charles Sanders Peirce e Ferdinand de Saussure, além de autores como Charles Morris e Umberto Eco, que fundamentam o entendimento dos processos de significação. Na semântica no design, a autora examinou abordagens clássicas, como a "Linguagem do Produto" de Offenbach, a "Semântica do Produto" de Krippendorff e Butter, e a "Semiótica do Design" de Vihma, contextualizando-as no ensino de design. Em educação, o estudo destacou as contribuições de John Dewey, Edgar Dale e Paulo Freire, discutindo práticas pedagógicas que integram teoria e prática. A revisão foi organizada para alinhar os conceitos teóricos com os objetivos da intervenção pedagógica, fornecendo uma base para o desenvolvimento da metodologia e das atividades propostas (Estol, 2017, p. 27).

A etapa da pesquisa com seres humanos apresentou um estudo de campo com dados qualitativos e quantitativos coletados de docentes e discentes em oito instituições brasileiras. O modelo ADDIE, utilizado para orientar a criação das atividades pedagógicas na tese de Cilene Estol, é um método instrucional amplamente reconhecido, composto por cinco fases sequenciais e iterativas: Análise, Design, Desenvolvimento, Implementação e Avaliação. Esse

modelo foi empregado para estruturar a proposta de intervenção nas disciplinas de semiótica de cursos de design, focando em capacitar os alunos nas habilidades de análise e produção de signos (Estol, 2017, p. 127). Os resultados mostraram a eficácia da proposta de intervenção pedagógica em dois cursos durante um semestre, incluindo materiais didáticos como apostilas e métodos analíticos e criativos. A tese concluiu que a Semiótica contribui para ampliar a visão crítica dos estudantes sobre o design, permitindo-lhes identificar e integrar aspectos significativos aos projetos de forma sistemática e estratégica (Estol, 2017, p. 271).

A proposta deste capítulo foi apresentar o referencial teórico sobre as relações entre Comunicação e Semiótica com o Design como áreas possivelmente transversais e híbridas. Apresentou-se um estado da arte dos principais autores e trabalhos publicados sobre as interfaces entre esses campos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica de cunho exploratório sobre os estudos que identificou lacunas sobre o tema.

Sugere-se, portanto, que o Design como fenômeno semiótico comunicacional possibilita a análise de um objeto para além de sua forma ou função, alcançando as dimensões simbólicas/semânticas, defendidas por Niemeyer (2010, p. 58). A Comunicação e Semiótica podem auxiliar na comunicação de mensagens, valores e experiências nos projetos de Design e na relação dos objetos com usuários.

4. O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL

O ensino de graduação em Design no Brasil surgiu de uma demanda do contexto histórico brasileiro, em um período de crescimento industrial quando que era sentida pelo Estado e pelos empresários a necessidade de se formar um profissional que fosse capaz de criar produtos para atender à demanda do mercado da época. Apesar de terem existido algumas tentativas anteriores, considera-se a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) no Rio de Janeiro, em 1963, como marco inicial, sendo o primeiro curso a se consolidar no Brasil. Até hoje, a instituição é referência em ensino de Design para o Brasil e para o mundo (Landim 2020, p. 56). Apresenta cursos de graduação e pós-graduação em Design.

Este capítulo não se propõe a contar a história do Design no Brasil e no mundo. Ele estabelece parâmetros que tornam possível o entendimento do contexto em que a profissão surgiu no mundo, seu reconhecimento como campo de estudo e, principalmente no caso desta pesquisa, mostra o entrelaçamento do Design com a Comunicação e a Semiótica.

Para isso, foi preciso apresentar os principais conceitos de autores que já trabalharam com o tema “História do Design”, “Ensino de Design no Brasil”. Foi realizada uma coleta dos principais textos publicados sobre o assunto, a fim de se entender o contexto em que a profissão surgiu.

4.1 A ORIGEM DO TERMO

Rafael Cardoso, em sua obra “Uma introdução à história do design” (Cardoso, 2008, p. 16), afirma que a origem da palavra design está ligada à língua inglesa e se refere à ideia de plano, desígnio e intenção. E, ainda, à ideia de configuração, arranjo, estrutura. No Brasil, está diretamente relacionado ao verbo designare (intenção) e de desenho (configuração). Assim, “do ponto de vista etimológico, o termo [design] já contém (...) uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro de registrar/configurar/formar” (Cardoso, 2008, p. 20).

As primeiras definições sobre Design preocupavam-se com as características estruturais dos objetos e suas aplicações na produção industrial. Tratava-se de uma atividade criadora que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos que se deseja produzir industrialmente (Maldonado, 1961). Por propriedades formais, entendem-se as características externas bem como as relações estruturais que fazem de um objeto (ou sistema de objetos) uma

unidade coerente para o produto e o consumidor. Adrian Forty definiu que design é tanto o processo de dar forma aos objetos quanto a intenção social, cultural e econômica que está por trás dessa forma. Para ele, não importa apenas a aparência do objeto, mas o sistema de significados construídos historicamente. É preciso considerar “a significação do design em nossa cultura e a dimensão de sua influência em nossa vida e mente” (Forty, 2015, p. 16).

As histórias sobre a origem desse campo no mundo levam a crer que a busca pelo profissional teria surgido em decorrência da necessidade de se resolver problemas trazidos pelo processo de industrialização brutal ocorrido no mundo, a partir da Revolução Industrial (Souza, 2008, p. 30), levando-se em consideração a relação de influências entre conceitos estéticos e formais, além da contribuição de inovações tecnológicas. Porém, o pesquisador Pedro Luiz Pereira de Souza contrapõe essa ideia, afirmando que reduzir a origem do Design moderno a esse limite traria lacunas ideológicas. E ele explica que seria necessário observar a “consciência social e cultural da técnica e do Design como um resultado do desenvolvimento autônomo da área, fortemente condicionado pelo processo de desenvolvimento da sociedade e pelo modo de produção capitalista” (Souza, 2008, p. 31). Um dos indícios dessa afirmação é de que o “design é uma das profissões que se estabeleceram antes como ensino, por meio de escolas, do que pela prática” (Souza, 2008, p. 32).

Souza (2008) lembra que as mudanças de comportamento da sociedade geraram desafios em termos de organização e apresentação das informações. Junto com o avanço da imprensa, veio o aumento da procura por impressos, trabalhos gráficos e de criação de imagens.

Assim como a Comunicação, o surgimento do profissional de Design também está imerso nas questões econômicas e produtivas mundiais. Foi a escola alemã Bauhaus que se propôs a organizar o saber, a troca de conhecimentos e o ensino em design no mundo. Assim, começa o esforço para a sistematização do profissional com base na prática do mercado, no ensino e na pesquisa em design.

Pela definição clássica do funcionalismo do Design, “a beleza do objeto e/ou produto estaria na concordância total entre forma e função” (Souza, 2008, p. 44). Porém, questões de afirmação política e econômica da Alemanha também estariam ligadas à definição do design moderno. Seria preciso criar um conceito estético e formal para os produtos industriais (Souza, 2008, p. 47). Nesse conceito apenas a simplicidade não seria suficiente para o critério estético-formal. Assim, a proposta foi utilizar a simplicidade junto a critérios de qualidade

mínima. Isso “significaria a adoção de um programa estético conciso, concreto, cujo sentido e significado pudessem estar contidos em si mesmo” (Souza, 2008, p. 48).

A proposta de ruptura com a Bauhaus defendida por alguns integrantes da escola Ulm enfatizava a necessidade de se incluir no currículo dos cursos de Design disciplinas como a Teoria da Informação, a Sociologia e a Economia. O objetivo era incentivar o estudante a ter uma visão crítica das etapas de seus projetos e do contexto em que seriam criados (Souza, 2008, p. 95).

No sentido de tentar modernizar o curso, aparece a estética informacional criada por Max Bense que buscava unir os desafios dos conceitos do ensino de Design no mundo. Ela trabalharia com “meios semióticos e matemáticos, que caracterizariam os estados estéticos, observáveis em objetos de natureza, objetos artísticos, obras de arte ou no design” (Souza, 2008, p. 97). Para Bense, os elementos de estética seriam essencialmente:

Uma espécie particular de informação: a informação estética constituída em relação a uma fonte, que seria o repertório de elementos ou meios materiais. O objetivo maior dessa teoria seria uma descrição objetiva dos estados estéticos. Seu interesse básico residiria mais na análise objetiva (mensurável) das interferências sensíveis que gerariam esses estados estéticos. Posteriormente, passou-se o trabalho de síntese (projeto) que finalmente englobaria a semiótica e a teorias da informação (aspectos semióticos, numéricos e cibernéticos (Souza, 2008, p. 97).

A teoria criada por Bense discutiu e apresentou aos meios acadêmicos a importância da Teoria da estética da informação que, aliada a aspectos semióticos, passou a ser percebida e discutida no ensino de Design no mundo. Através dela, os estudiosos começaram a entender a importância dos aspectos semióticos para o ensino de Design; o que seria mais tarde reconhecido no mundo. Hoje, a discussão se tornou ampla, mas ainda se considera que, desde o princípio, não foi um sistema fechado. Trata-se de “uma teoria não encerrada, uma ciência aberta que deve continuar sempre completável, sujeita à revisão, controlável. Em consequência, também o seu campo de aplicação sintético permanece aberto ao princípio da pesquisa” (Souza, 2008, p. 101). Ela possibilitou, segundo Pedro Souza, uma “autonomia na arte e no design, trazendo novas discussões sobre conceitos” (Souza, 2008, p. 101). Esses conceitos, também seriam discutidos e aplicados, mais tarde, nos conteúdos de Semiótica nos cursos de Design.

4.2 A FORMAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL

No Brasil, o ensino do design foi praticamente encomendado por uma real demanda da indústria nascente que clamava por profissionais e projetos, que atendessem ao mercado. Além disso, houve uma vontade política, que via nesses possíveis profissionais e no que podiam fazer, uma possibilidade de contribuição para o contexto econômico da época, um país em desenvolvimento e que precisava se enquadrar em projetos associados à tecnologia (Razza *et al.*, 2007, p. 2).

Assim, por meio de estímulos governamentais e da elite brasileira, surgiram as primeiras experiências acadêmicas de ensino e formação de profissionais com uma configuração contemporânea para os produtos. No Brasil, a Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi), fundada em 1962, no Rio de Janeiro, foi imprescindível para a definição da área enquanto possibilidade de estudo. “O marco histórico do design no Brasil sem dúvida, a criação é, da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi), no então Estado da Guanabara, em 1962. O estatuto profissional do designer foi traçado a partir de sua implantação” (Niemeyer, 2007, p. 17).

Niemeyer enfatiza a importância da Esdi para a história do Design no Brasil. O curso, já no início apresentava duas habilitações.

Quando, em 1962, foi criado o curso da Esdi, a confusão de terminologia foi institucionalizada, pois o curso da nova escola, a partir do segundo ano dividia-se em duas habilitações: comunicação visual, que tratava de projeto de mensagens visuais, e desenho industrial, especializado em projeto de objetos. Ou seja, a expressão desenho industrial compreendia tanto o conjunto de habilitações, ao denominar a própria Escola através de um de seus cursos, assim como a profissão como um todo (Niemeyer, 2007, p. 28).

Segundo Lona e Barbosa (2020), “a Esdi se consolidou com o passar do tempo como referência no design nacional, inclusive formando os primeiros grupos de profissionais específicos da área nos anos 1960”. A Escola Ulm, na Alemanha, serviu de parâmetro, mesmo que de forma indireta, para o ensino da Esdi, uma vez que não existiam modelos curriculares nacionais para a área. Hoje a instituição continua sendo referência no ensino de Design e possui cursos de pós-graduação na área.

Os primeiros cursos de Design no Brasil mantinham seu ensino focado em projetos baseados, principalmente na função dos objetos, deixando de lado muitas vezes, outras características importantes que seriam percebidas mais tarde como a função simbólica e

conceitual. Ou mesmo que levassem em conta a questão cultural do país. “Repassava-se aos alunos um conceito de design cuja “função básica” era projetar produtos para produção em série pelas indústrias” (Landim, 2010, p. 143).

O design brasileiro sustentou, então, desde o início da instituição oficial de seu ensino, o modelo racional-funcionalista moderno como referência maior para guiar o país rumo à industrialização e, mais importante ainda, para fora de sua condição de periferia, subdesenvolvimento e pobreza. Mas, na realidade, seguir o rumo racional-funcionalista dificultou a inserção dos ícones da cultura local brasileira em sua cultura material e em seus artefatos industriais. E ainda, ironicamente, não foi esse modelo racionalista que colocou a produção nacional no cenário mundial, e sim aquele que valoriza nossas características locais (Landim, 2010, p. 112).

Segundo o site da instituição, a história da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) começou em 1963, sob a Lei Estadual 3065, a Universidade Mineira de Arte, juntamente com a Escola de Artes Plásticas (ESAP), foi transformada na Fundação Mineira de Arte (FUMA) (Site da Escola de Design UEMG, 2023).

Em 1980, sua denominação foi novamente alterada para Fundação Mineira de Arte Aleijadinho, e em 1990 incorporada à UEMG, e os cursos de Design passaram a pertencer à Escola de Design (ED UEMG), com sede em Belo Horizonte (Site da Escola de Design UEMG, 2023)⁶.

Atualmente, na ED existem os cursos de Licenciatura em Artes Visuais e os bacharelados de Design de Produto, Design de Ambientes, Design Gráfico, Design de Moda. Além dos cursos de graduação, a Escola de Design oferece cursos de pós-graduação lato sensu, mestrado e doutorado em Design. A Universidade do Estado de Minas Gerais também oferece o curso de Design (bacharelado) na UEMG, unidade Ubá e o curso de Design de Moda, em Passos.

No ano de 1987, o ensino do design foi reconhecido oficialmente pelas autoridades nacionais, e aceito pelo Conselho Federal de Educação (CFE), com a proposta de um currículo mínimo para cursos de bacharelado em Desenho Industrial (Barbosa; Lona, 2020, p. 58). Em 1996, foi criado o Programa Brasileiro de Design (PBD) e ainda de programas estaduais de promoção do design. Isso possibilitou o aumento da credibilidade do “poder do design como elemento estratégico capaz de agregar valor à produção industrial nacional” (Landim, 2010, p. 109).

⁶ [Site da Escola de Design UEMG](#)

Os designers Alexandre Wolner e Aloísio Magalhães são considerados pioneiros como profissionais pesquisadores da área. Porém, foi no século XX que o design se solidificou enquanto setor de estudos acadêmicos, sempre interagindo e buscando influências de várias outras áreas como suporte teórico, dentre eles o da comunicação (Alves Coutinho; Braida; Nojima, 2024, p.5).

Para Míriam Lona e Ana Barbosa, foi “a partir dos anos 2000 que a percepção da importância e a cultura do design passaram a ser mais disseminadas, promovendo o surgimento de diversos concursos, exposições, livros, associações de classe e revistas especializadas (Lona; Barbosa, 2020, p. 60). A consolidação do ensino de Design no Brasil ocorreu graças, entre outros fatores, à liberdade proporcionada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais que garantiram às instituições de ensino a possibilidade de adaptar a sua graduação ao mercado e à região em que estão inseridas. E possibilitaram a inclusão de novos conteúdos de acordo com as inovações e comportamentos da sociedade.

Para Gustavo Bonfim, o ensino de Design já nasceu sob a direção de diferentes pensamentos pedagógicos que foram discutidos com relação aos recursos de metodologia utilizados e resultados obtidos, “(...) mas tais estudos raramente se ocupam da legislação oficial, que rege a educação brasileira de modo geral, o que obviamente também inclui o design” (Bonfim, 2004, p. 85).

Os primeiros cursos de Design no Brasil tiveram que se adequar à legislação já existente na década de 1950, até que surgissem os primeiros currículos mínimos para os cursos de Desenho Industrial e Comunicação Visual. Antes de serem estabelecidas as Diretrizes curriculares para a graduação em Design, havia três leis de diretrizes e bases para a educação nacional. Houve, ainda, a Lei da Reforma Universitária até a promulgação da Constituição Brasileira em 1988 (Cardoso; Campos; Rezende, 2022, p. 78).

A primeira lei nacional que viria influenciar o ensino superior e, conseqüentemente, o de Design no Brasil foi a Lei de Diretrizes e Bases da Educação que podia ser aplicada em todos os níveis e lançada em 1961. Foi organizada em títulos e com eixos temáticos:

I) dos fins da educação; II) do direito à educação; III) da liberdade do ensino; IV) da administração do ensino; V) dos sistemas de ensino; VI) da educação de grau primário; VII) da educação de grau médio; VIII) da orientação educativa e da inspeção; IX) da educação de grau superior; X) da educação de

excepcionais, XI) da assistência social escolar; XII) dos recursos para a educação, XIII) disposições gerais e transitórias (Brasil, 1961).

Com base no currículo da (Esdi), foi criado, em 1969, o currículo mínimo para o curso superior em Design, inspirado pela Escola Ulm, na Alemanha (2021, p. 80). Neste primeiro momento, não se levou em consideração a realidade nacional e o contexto da época.

O primeiro currículo mínimo contemplava “enquanto matérias básicas, a estética e história das artes e técnicas; ciências da comunicação; plástica e desenho. Enquanto matérias profissionais para o curso de desenho industrial, as disciplinas de materiais expressivos e técnicas de utilização; expressão; estudos sociais e econômicos; teoria da fabricação; projeto e seu desenvolvimento (Cardoso; Campos; Rezende, 2022, 2022, p. 80).

Observa-se que neste primeiro currículo mínimo, a Comunicação aparece como conteúdo básico do curso de Design na disciplina de Ciências da Comunicação. Entre as matérias básicas: Estética e História das Artes e Técnicas, Ciências da Comunicação e Plástica e Desenho. Nas matérias chamadas de profissionais para o curso de Desenho Industrial constavam: Materiais expressivos e técnicas de utilização, Expressão, Estudos Sociais e Econômicos, Teoria da Fabricação, Projeto e seu Desenvolvimento (Couto, 2008, p. 23).

No Brasil, ainda na década de 1950, os primeiros cursos de Design já abordavam a ligação com o campo da Comunicação. A comunicação visual já era considerada por alguns autores como sendo “do ramo do design” (Cardoso; Campos; Rezende, 2022, p. 78). Esses cursos foram criados com base nos currículos de escolas reconhecidas internacionalmente e que serviram como modelo para a regulamentação dessas graduações e ainda dos currículos mínimos para Desenho Industrial e Comunicação Visual.

Os autores chegam a considerar os termos Design, Desenho Industrial e Comunicação Visual como sinônimos.

O nome “desenho industrial” no Brasil foi utilizado para denominar a área em questão durante as décadas de 1960 a 1980. O termo design começou a ser utilizado a partir da década de 1970, com a superação da noção modernista – racional funcionalista de desenho industrial, mas ainda de forma discreta. A difusão ampla do termo design, porém, somente se deu a partir do final da década de 1980, após a realização do workshop “O ensino do design nos anos 90”, que ocorreu em Florianópolis, Santa Catarina, em 1988. Desta forma, ambos os termos, que contêm em seu teor significados intrínsecos diferentes ligados ao funcionalismo moderno, são aqui empregados de forma sinônima, mesmo entendendo sua delimitação histórica (Cardoso; Campos; Rezende, 2022, p.78).

O segundo currículo mínimo para os cursos de Design só foi aplicado em 1987 e começou a ser traçado durante o Seminário de Desenho Industrial de 1978, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP), quando um grupo de especialistas foi criado com a missão de apresentar o documento no Primeiro Encontro Nacional de Desenho Industrial (Endi). Do encontro, saíram as novas sugestões e foi produzido o documento que regeria o ensino de Design por meio da resolução nº. 02/1987 (Cardoso; Campos; Rezende, 2022, p. 82). Pelo documento, as habilitações dos formados em Desenho Industrial seriam Projeto de Produto e Programação Visual.

Quadro 2 - Currículo Mínimo aprovado pelo CFE em 1987 para os cursos superiores em Design

Matérias de Formação Básica	Matemática; Física Experimental; Meios de Representação Bidimensional; Meios de Representação Tridimensional; História da Arte e da Tecnologia; Economia; Antropologia, Sociologia e Psicologia; Legislação e Normas.
Matérias de formação para habilitação em Projeto do Produto	Metodologia Visual; Teoria da Comunicação ; Metodologia do Projeto; Ergonomia; Materiais Industriais; Fabricação; Sistemas Mecânicos; Desenvolvimento do Projeto do Produto
Matérias de formação para habilitação em Programação Visual	Metodologia Visual; Teoria da Comunicação ; Metodologia do Projeto; Ergonomia; Materiais, Fabricação e Processos; Produção e Análise Gráfica; Produção e Análise da Imagem Sequenciada; Desenvolvimento do Projeto de Programação Visual

Fonte: Adaptado de Couto, 2008, p. 25, grifos nossos.

Observa-se, pelo quadro 2, que a matéria Teoria da Comunicação já fazia parte do segundo currículo mínimo das duas habilitações: Projeto de Produto e Programação Visual.

Para Ferreira e Braga (2018),

(...) o novo Currículo Mínimo não deve ser entendido apenas como uma revisão pedagógica visando o que seria o profissional ideal para a situação do país naquele momento. Pelo contrário, traz implícito um certo conjunto de ideias e ideologias que, neste contexto, entendem o ensino como uma maneira de auxiliar a demarcação do que seria o campo específico desse profissional.

O segundo currículo mínimo foi aprovado em 1987 e implementado em 1988, ano em que era promulgada a Constituição Brasileira e momento em que os profissionais lutavam por reconhecimento no mercado de trabalho e pela regulamentação da profissão.

Em 1988, quando efetivamente começa a ser implantado, a categoria tinha ocupado o mercado disponível, o número de escritórios e escolas de design cresceu, as necessidades regionais ganharam importância e o design no mundo estava em processo de mudança de paradigmas (Ferreira; Braga, 2018).

Após dois currículos mínimos, sendo o primeiro de 1969 e outro publicado em 1987, e de muitas discussões entre professores e entre profissionais do mercado, é que, somente em 2004, as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design foram estabelecidas pelo Ministério da Educação e levou em consideração o Conselho Nacional de Educação e a Câmara de Ensino Superior. O documento foi aprovado em 3 de abril de 2002, sendo homologado em 4 de março de 2004, com a publicação no Diário Oficial da União em 1º de abril de 2004, Seção 1, p. 19 (Brasil, 2004).

A publicação trouxe as Diretrizes com o perfil do profissional de Design e o que seria imprescindível para a sua formação.

Art. 3º O curso de graduação em Design deve ensinar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural (Brasil, 2004).

Por esse documento, o perfil do profissional desejado já pensa na importância de se conhecer o contexto histórico da sociedade da época. Os hábitos culturais, o desenvolvimento das regiões e as características dos usuários passam a ser uma preocupação da preparação do profissional designer. Reconhecer o contexto político, econômico e cultural em que ele está inserido é fundamental para a formação do graduando.

Os currículos mínimos, que, muitas vezes, eram engessados e a visão antiga das primeiras escolas de Design, presas aos cursos que priorizavam a questão utilitária e o princípio de que a forma deveria seguir a função (da Escola Ulm), passa a incentivar um pensamento crítico e reflexivo.

(...) as Diretrizes Curriculares Nacionais se referem ao ensino do futuro profissional, com uma abordagem do desenvolvimento de aptidões, competências e habilidades de forma holística. Essa abordagem de ensino propõe o desenvolvimento do estudante, para atuar no mercado de trabalho, a

partir de um aprendizado que permita visão sistêmica, atual e multidisciplinar (Lona; Barbosa, 2020, p.65).

As autoras enfatizam a importância das diretrizes para a consolidação da formação do profissional de Design no Brasil e fazem uma importante relação destas com as reformulações dos projetos pedagógicos dos cursos, que precisam contemplar diversas áreas do conhecimento para abarcar várias etapas dos processos de criação de projetos de Design. Isso também comprova o caráter interdisciplinar dos cursos de Design.

Além disso, estes cursos irão formar profissionais para o mercado de trabalho, ou que irão criar a sua própria empresa, o que ressalta a importância de uma formação multifacetada e atenta às mudanças empresariais e sociais, que também constam das DCNs e dos projetos pedagógicos dos diversos cursos de Design no Brasil (Lona; Barbosa, 2020, p. 66).

O documento propõe em seu artigo 2º, que o projeto pedagógico dos cursos deve conter:

o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, a monografia, o projeto de iniciação científica ou o projeto de atividade, como trabalho de conclusão de curso – TCC, componente opcional da Instituição, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos que tornem consistente o referido projeto pedagógico (Brasil, 2004).

Dentre os elementos estruturais de um projeto pedagógico do curso de Design devem estar:

- I - objetivos gerais do curso, contextualizados em relação às suas inserções institucional, política, geográfica e social;
- II - condições objetivas de oferta e a vocação do curso;
- III - cargas horárias das atividades didáticas e da integralização do curso;
- IV - formas de realização da interdisciplinaridade;
- V - modos de integração entre teoria e prática;
- VI - formas de avaliação do ensino e da aprendizagem;
- VII - modos da integração entre graduação e pós-graduação, quando houver;
- VIII - cursos de pós-graduação *lato sensu*, nas modalidades especialização integrada e/ou subsequente à graduação, de acordo com o surgimento das diferentes manifestações teórico-práticas e tecnológicas aplicadas à área da graduação, e de aperfeiçoamento, de acordo com as efetivas demandas do desempenho profissional;
- IX - incentivo à pesquisa, como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica;
- X - concepção e composição das atividades de estágio curricular supervisionado, suas diferentes formas e condições de realização, observado o respectivo regulamento;

- XI - concepção e composição das atividades complementares;
- XII – inclusão opcional de trabalho de conclusão de curso sob as modalidades (Brasil, 2004, p. 1).

Importante salientar que, pelo documento, os Projetos Pedagógico do curso de graduação em Design “poderão admitir modalidades e linhas de formação específica, para melhor atender às necessidades do perfil profissional que o mercado ou a região assim exigirem” (Brasil, 2004, p. 3). Essa parte possibilitou uma maior liberdade para as instituições adaptarem as suas graduações à realidade e ao seu contexto, bem como a possibilidade de inserir conteúdos necessários à atualização da formação de acordo com o desenvolvimento da sociedade e as demandas de conteúdos que possam acrescentar à formação mais reflexiva e crítica do profissional de Design.

Em seu artigo 4º, as Diretrizes enfatizam que o curso deve possibilitar a formação profissional que revele competências e habilidades para:

- I - capacidade criativa para propor soluções inovadoras, utilizando domínio de técnicas e de processo de criação;
- II - capacidade para o domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual;
- III – capacidade de interagir com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;
- IV - visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto;
- V - domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;
- VI - conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais;
- VII - domínio de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;
- VIII - visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade (Brasil, 2004, p. 2).

Dentre essas habilidades, destaca-se o item II que lembra que o Design tem uma linguagem própria e que busca soluções diversas para a resolução de problemas e o item III, que destaca a capacidade do profissional em interagir com especialistas de outras áreas, de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos. Essa habilidade justifica a necessidade de o Design interagir com outras áreas e, principalmente, contar com a Comunicação, cujos conteúdos perpassam a formação acadêmica, como os pressupostos teóricos da Semiótica, por exemplo.

Em seu artigo 5º, o documento propõe que o curso de graduação em Design deverá contemplar, em seus projetos pedagógicos e em sua organização curricular conteúdos e atividades que atendam a três eixos temáticos de formação, sendo eles formados por conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos.

I - conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;

II - conteúdos específicos: estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;

III - conteúdos teórico-práticos: domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando (Brasil, 2004, p. 2-3).

A Comunicação aparece especificamente em dois eixos de formação em Design. No eixo de conteúdos básicos, vem como estudos ligados à comunicação e à informação. No que se refere aos conteúdos específicos do curso, aparecem estudos que envolvam a Comunicação Visual, cujos temas acompanham a formação de Design desde os primeiros cursos de Desenho Industrial, com as habilitações em Desenho de Produto e Programação Visual.

Já no final, em seu artigo 10º, o documento aponta a liberdade de os cursos criarem formas específicas de avaliações, de acordo com o perfil do egresso desejado.

Art. 10. As instituições de ensino superior deverão adotar formas específicas e alternativas de avaliação, internas e externas, sistemáticas, envolvendo todos quantos se contenham no processo do curso, observados em aspectos considerados fundamentais para a identificação do perfil do formando (Brasil, 2004, p. 3).

Mesmo sendo implementadas somente em 2004, as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Design trouxeram uma evolução do curso de Design no Brasil e uma possibilidade de adequações que os currículos e legislações anteriores não permitiam. Serviu de norteamento para a criação e adequação dos currículos e projetos pedagógicos dos cursos já existentes e dos que foram surgindo. E é um dos principais documentos consultados quando se pretende criar um curso.

O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) foi implementado em 2004 no Brasil.

(...) avalia o rendimento dos concluintes dos cursos de graduação em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares dos cursos, o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao aprofundamento da formação geral e profissional, e o nível de atualização dos estudantes com relação à realidade brasileira e mundial (INEP, 2004).

O Enade abrange ainda o Sistema Nacional de Avaliação de Educação Superior (Sinaes), a avaliação de cursos de graduação e a avaliação institucional. Por essas três avaliações é possível conhecer o cenário da qualidade dos cursos e instituições que possuem curso superior no país. “Os resultados do Enade, aliados às respostas do Questionário do Estudante, são insumos para o cálculo dos Indicadores de Qualidade da Educação Superior”.

A instituição de ensino faz a inscrição para estudantes que estão ingressando nos cursos de graduação e superiores de tecnologia e os concluintes que estejam aptos a fazerem a prova. A regularidade do discente aparece em seu histórico escolar (MEC).

O Ciclo Avaliativo do Enade determina as áreas de avaliação e os cursos a elas vinculados. As áreas de conhecimento para os cursos de bacharelado e licenciatura derivam da tabela de áreas do conhecimento divulgada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Já os eixos tecnológicos são baseados no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), do Ministério da Educação (INEP).

Para a graduação em Design, a primeira avaliação do Enade aconteceu em 2006. Depois as demais avaliações ocorreram em 2009, 2012, 2015, 2018 e 2021, que foi o último. Para esta

pesquisa, será observada a portaria nº 390, de 23 de agosto de 2021 que “dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Design, modalidade Bacharelado, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2021” (INEP, ENADE).

A prova do Enade de 2021 teve como subsídio as Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Design (2004) e as normativas associadas às Diretrizes Curriculares Nacionais e Legislação Profissional. Em seu artigo 5º, no componente específico da área de Design, teve como referência do perfil do concluinte as características:

I - articulado e expressivo na comunicação de conceitos, ideias e soluções; II - atento e crítico às questões históricas, culturais e socioambientais; III - comprometido em relação aos impactos dos fatores econômicos, materiais, tecnológicos e produtivos; IV - empático e ético para com as demandas individuais e socioculturais em contextos locais e globais; V - empenhado com o conhecimento teórico-prático e a utilização de métodos projetuais; VI - prospectivo e envolvido com visão sistêmica e interdisciplinar (Enade 2021).

Em 2021, no item componente específico da área de Design foi avaliado se o concluinte desenvolveu as seguintes competências em seu processo de formação:

I - articular diferentes áreas de conhecimento e atividades humanas em situações de projeto; II - avaliar os aspectos econômicos mercadológicos dos projetos de design; III - comunicar ideias, conceitos e soluções por meio de diferentes linguagens; IV - construir procedimentos adequados para distintas situações e contextos a partir dos diferentes métodos projetuais; V - especificar tecnicamente processos de produção e seus distintos componentes considerando a viabilidade das diversas tecnologias; VI - gerenciar o processo de design considerando visão estratégica, pessoas, etapas e aportes; VII - incorporar os aspectos físicos, cognitivos, emocionais, socioculturais e ambientais na abordagem projetual de design; VIII - relacionar conhecimentos históricos, estéticos e culturais no percurso do projeto de design; IX - sintetizar informações obtidas a partir de análises sistêmicas em projetos interdisciplinares (grifos nossos)

Importante destacar que, dentre essas competências que o egresso deveria desenvolver ao longo do curso e teria que estar apto a aplicá-las, estão a capacidade de articular diferentes áreas do conhecimento e atividades humanas durante o ato de projetar. Comprova-se com essa competência a necessidade de o profissional ter passado por uma formação acadêmica multidisciplinar, com os conteúdos teóricos e práticos de outras áreas do conhecimento, dentre elas, a Comunicação e Semiótica. É necessário que ele aprenda “a comunicar ideias e conceitos e soluções por meio de diferentes linguagens”. Considerando o design enquanto linguagem e a Semiótica como Ciência da Comunicação que interpreta as diferentes linguagens, esse campo

auxilia no desenvolvimento desta competência nos cursos de Design. O item IX reforça a ideia de que o egresso tenha conhecimento de que seus projetos tenham análises sob vários aspectos, sejam sistêmicos e interdisciplinares.

Outra comprovação do reconhecimento da importância dos estudos de Comunicação e Semiótica para o Design está no componente específico da área nos conteúdos contemplados para a prova do Enade de 2021, em seu artigo 7º:

- I - Design e estudos econômicos e mercadológicos;
- II - Design e estudos socioculturais;
- III - Design e inovação;
- IV - Design e propriedade intelectual;
- V - Design e sustentabilidade;
- VI - Ergonomia nas interações humano/objeto/ambiente;
- VII - Estética e história da arte;
- VIII - Expressão e representação;
- IX - Gestão de design;
- X - História e teorias do design;
- XI - Interfaces digitais e usabilidade;
- XII - Linguagem, comunicação e semiótica;
- XIII - Metodologias de projeto;
- XIV - Tecnologias, materiais, processos e meios produtivos (Enade, 2021).

Verifica-se, no item XII, especificamente os conteúdos de “Linguagem, comunicação e semiótica” como sendo obrigatórios para os cursos de graduação em Design. O item aparece no componente específico da área de Design, que tomou como referencial os conteúdos que são contemplados na prova, dentre eles o de “Linguagem, comunicação e semiótica”.

Os temas fazem parte das provas desde a primeira edição em 2009. “Os estudos semânticos fornecem subsídios para o designer resolver questões referentes à: a) antropometria, b) comunicação, c) ergonomia, d) sustentabilidade, e) usabilidade” (Enade, 2009, p. 12). A resposta correta foi letra b – comunicação. Já no enunciado o Sistema Nacional de Avaliação de Educação Superior, do qual o Enade faz parte, reconhece a necessidade de o designer resolver problemas em sua prática de projeto com o apoio dos conteúdos de Comunicação.

Em 2012, o exame voltou a apresentar uma questão com conteúdo específico de Semiótica na questão número 32. O texto inicial é dos pesquisadores Vera Lúcia Nojima e Almeida Junior e propõe uma afirmação sobre a relevância do estudo da semiose entre o profissional, o produto e o usuário no campo do Design.

A força do reconhecimento e das conexões dá-se de acordo com as capacidades interpretativas dos signos. Daí a importância do estudo da semiose designer – produto – usuário, com base na teoria semiótica. ALMEIDA JÚNIOR, L. N.; NOJIMA, V. L. M. S. A comunicação dos portais da web brasileira entre a semiose e a usabilidade. In: Estudos em Design. v. 13. n.º 2. Rio de Janeiro: Associação de Ensino em Design do Brasil, 2005, p. 39 (adaptado). Considerando esse contexto, verifica-se que, no design, I. as possibilidades de uso geram significação. II. a ação do designer está desvinculada da materialização de suas ideias. III. a manifestação semiótica não confere sentido à construção dos significados. IV. a teoria semiótica permite que se penetre no próprio movimento interno das mensagens. V. os processos de significação conflitam com a construção da linguagem dos produtos projetados. É correto apenas o que se afirma em: A II. B I e II. C I e IV. D III e V. E III, IV e V (Enade, 2012, p. 19).

Tendo como resposta correta a letra C, a questão afirma que as possibilidades de uso de um produto geram o processo de significação e que a teoria semiótica é que vai permitir que o movimento interno das mensagens seja entendido.

Em 2015, apesar de não utilizar conteúdos diretamente ligados à Semiótica, já na primeira questão, o exame trata de uma habilidade exigida para o estudante contemporâneo, principalmente no curso de Design e que tem a ver com os conteúdos estudados na Comunicação. A alfabetização midiática aparece como assunto abordado na questão.

Em 2018, o tema Comunicação e Semiótica volta a ser cobrado na questão 11. O texto base foi retirado do livro Elementos de semiótica aplicados ao design, da autora Lucy Niemeyer (2010) e apresenta a necessidade de interação/comunicação entre o objeto e o usuário.

O surgimento de um produto é expressão e resultado de cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, entre as dimensões histórica e geográfica. Ao se realizar no mundo, o produto está sujeito a interferências várias, determinadas pelas contingências do sistema em que participa. Em sua interação com o indivíduo, entram em ação os filtros que atuam nesse processo: filtros fisiológicos (acuidade de percepção), filtros culturais (ambiente, experiência individual) e emocionais (atenção, motivação). A percepção do produto dependerá do julgamento a que for submetido. Considerando o estudo semiótico aplicado ao Design, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas. I. O designer deve ter a compreensão de que um produto é integrante de um sistema de significação, portador de representações e participante de um processo comunicacional. PORQUE II. O usuário vai interagir com o objeto, por meio de processos culturais e emocionais. A respeito dessas asserções, assinale a opção correta. A - As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I. B - As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I. C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é

uma proposição falsa. D - A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira. E As asserções I e II são proposições falsas (Enade, 2021).

A questão tem como resposta a letra A e exige um pensamento sobre o ponto de vista da Comunicação. Na obra, a autora trabalha a aplicação dos conceitos de comunicação na prática projetual do designer e a importância da Semiótica como aporte teórico para o Design. Pelo que se percebe das provas do Enade para Design, o conteúdo vem se mantendo como cobrança obrigatória, e como parte das referências bibliográficas do curso que constam nos planos de ensino das disciplinas de Comunicação e Semiótica, como o caso da professora Lucy Niemeyer (UERJ) na prova de 2021 e na de 2012, com o texto da pesquisadora Vera Lúcia Nojima (PUC-Rio), ambas pesquisadoras dos estudos de Comunicação e Semiótica no Design.

O curso de Bacharelado em Design foi avaliado pela última vez em 2021. Em 2024, o Enade foi direcionado exclusivamente para os cursos de licenciatura, conforme o Edital nº 124, de 20 de julho de 2024, segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). A intenção desta parte da pesquisa foi apresentar um cenário do ensino de Design no Brasil atendendo a este objetivo específico trazido como proposta do estudo.

De acordo com as áreas de Conhecimento da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), o Design está inserido na grande área de Ciências Sociais Aplicadas, estando dividido entre Desenho Industrial, Programação Visual e Desenho de Produto. A carga horária mínima dos cursos de Bacharelado em Design na modalidade presencial é de 2.400 horas (MEC, 2020) e duração mínima de três anos.

As informações foram coletadas como base e-MEC, que é o sistema eletrônico de fluxo de trabalho e gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação da educação superior no sistema federal de educação. O sistema foi implantado pelo Ministério da Educação em 2007. A pesquisa foi realizada entre os dias 30 e 31 de janeiro de 2024 no e-MEC. A busca foi feita por cursos de Graduação Design, modalidade presencial, grau bacharelado, com a situação em atividade. Foram identificados nesta primeira pesquisa 274 cursos. Desta tabela foram desconsiderados 20 cursos que, apesar de terem sido aprovados, não foram iniciados e 16 cursos que aparecem como extintos, ficando um total de 238 cursos nessas categorias.

Quadro 3 - Nomes de cursos de bacharelado em Design no Brasil

Nome do curso
Comunicação Visual
Desenho Industrial
Design
Design de Ambientes
Design de Animação
Design de Games
Design de Interiores
Design de Moda
Design de Produto
Design de Produto e Serviço
Design Digital
Design Gráfico
Design Gráfico e Digital
Design Industrial
Design – Programação Visual
Design – Moda
Design – Projeto de Produto
Design Visual
Engenharia de Design Digital
Moda
Moda, Design e Estilismo

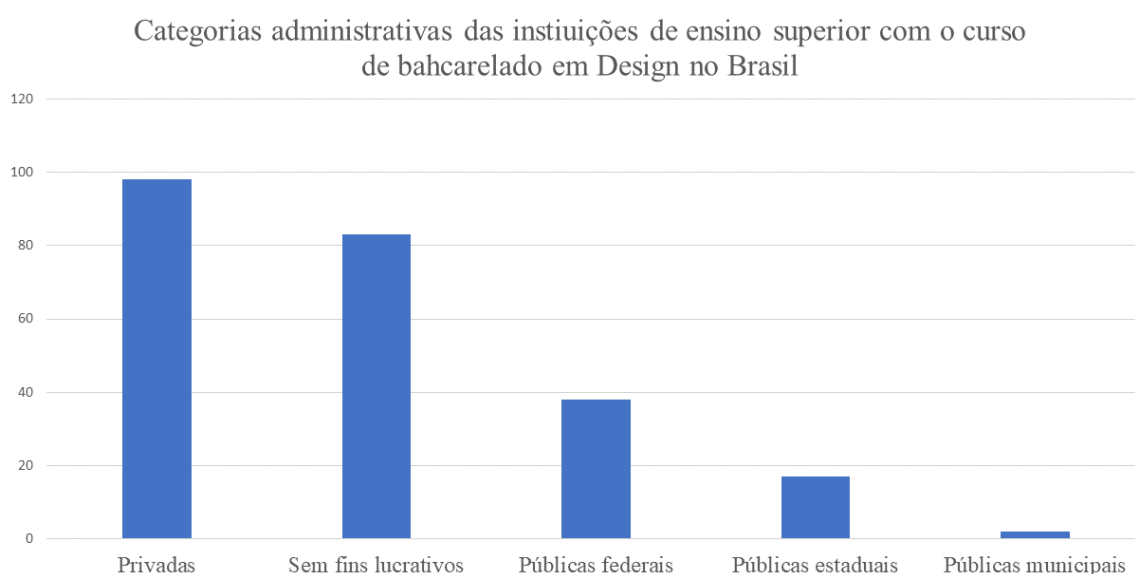
Fonte: e-MEC (2024).

Interessante destacar a existência de 21 nomenclaturas diferentes para os cursos de Design no Brasil. O curso de Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro aparece na tabela como Comunicação Visual, embora tenha a denominação Comunicação Visual Design.

Destaca-se, ainda o aparecimento do nome Design de Moda em 35 cursos, seis com o nome de Moda e um com o nome de Moda, Design e Estilismo.

No gráfico abaixo, verifica-se a divisão administrativa em que se enquadram as instituições de ensino que possuem curso de Design no Brasil. A maior parte delas está no setor privado, sem fins lucrativos e em segundo lugar as privadas, com fins lucrativos. Foram encontradas 98 instituições privadas sem fins lucrativos, 83 com fins lucrativos, 38 instituições públicas federais, 17 instituições públicas estaduais e duas públicas municipais.

Gráfico 1 - Categoria administrativa das instituições com cursos de Design no Brasil



Fonte: Elaborado pela autora com dados do e-MEC (2024).

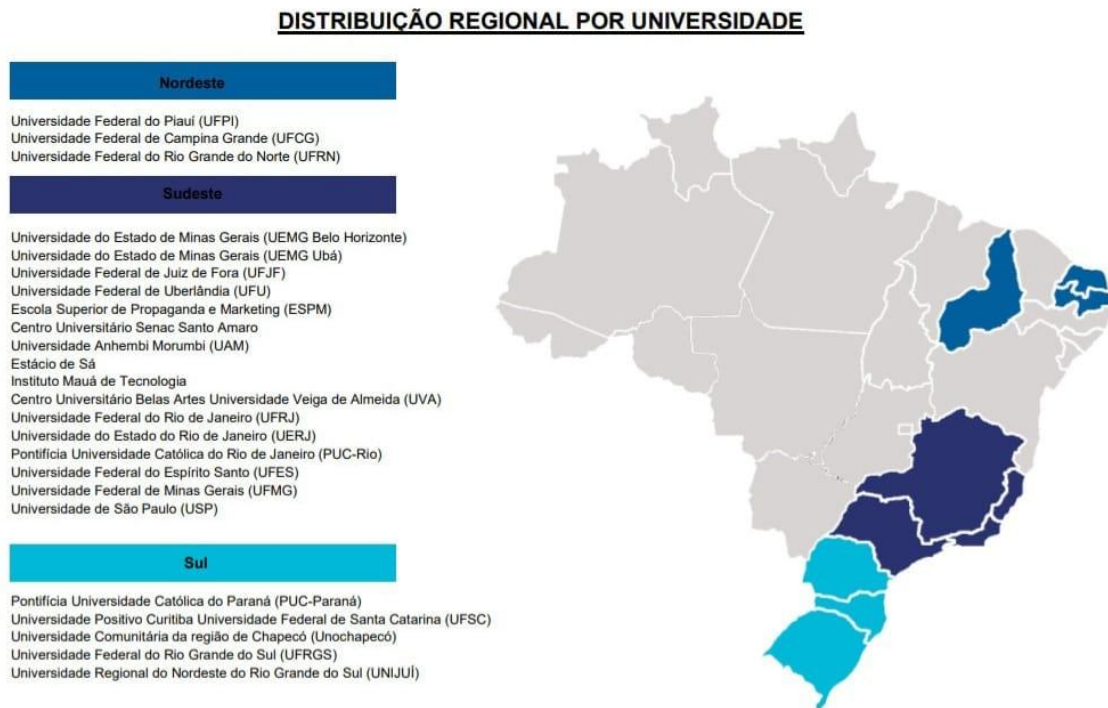
Verificou-se que a maioria dos cursos de Design no Brasil estão distribuídos nas instituições privadas com ou sem fins lucrativos. Neste capítulo, buscou-se apresentar um panorama de como se deu a configuração do ensino de Design no Brasil. Foram apresentados alguns documentos que regem a graduação em Design no Brasil, com base nas Diretrizes Curriculares Nacionais e no Exame Nacional de Desempenho (ENADE).

5. A COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NAS ESTRUTURAS CURRICULARES DOS CURSOS DE DESIGN NO BRASIL

5.1 ESTUDO DAS MATRIZES CURRICULARES

Nesta etapa, foram analisadas as estruturas curriculares de 26 instituições de ensino brasileiras com cursos de graduação em Design no Brasil. O critério de escolha se deu, primeiramente, por oferecerem bacharelado em Design, de forma presencial, com ensino superior público ou privado. A partir desses critérios, e, com o retorno dos questionários aplicados com seres humanos, cujos respondentes foram 42 professores do curso de Design, coordenadores e professores de Comunicação e Semiótica. O questionário foi encaminhado para os 238 cursos que apareceram na pesquisa realizada no site do e-MEC e já relatada no item “A formação em Design no Brasil” desta tese.

Figura 3 - Distribuição regional das instituições de ensino



Fonte: elaborado pela autora (2025).

A maior parte das instituições se encontra nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Isso também se justifica pelo número de cursos de Design nessas localidades. Segundo o ranking de melhores cursos de graduação em Design da Folha 2024⁷, os 10 primeiros colocados estão em sua maior parte nessas regiões como se observa abaixo:

- 1º USP – Universidade de São Paulo
- 2º UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais
- 3º UFPR – Universidade Federal do Paraná
- 4º UFPE – Universidade Federal de Pernambuco
- 5º UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro
- 6º UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- 7º UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
- 8º UFG – Universidade Federal de Goiás
- 9º Belas Artes – Centro Universitário Belas Artes São Paulo
- 10º UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Folha de São Paulo, 2025).

O ranking universitário da Folha de São Paulo (RUF) avalia as melhores universidades e cursos de graduação no Brasil com base em critérios que medem diferentes aspectos do desempenho acadêmico e o seu impacto social. A classificação considera cinco dimensões principais: pesquisa, ensino, mercado, inovação e internacionalização. Entre os critérios mais relevantes estão a produção científica (quantidade e impacto de publicações acadêmicas), a avaliação do ensino (segundo critérios do Ministério da Educação (MEC) e ainda a relação dos profissionais formados com o mercado de trabalho (leva em conta a empregabilidade dos egressos). O desempenho geral das universidades é pontuado a partir de dados objetivos e de pesquisas de opinião com empregadores e acadêmicos.

Apesar de não existirem docentes participantes nesta pesquisa das regiões Norte e Centro Oeste do Brasil, há que se fazer uma ressalva. Na região centro-oeste, por exemplo, o curso de Design da Universidade Federal de Goiás (UFG) aparece em 8º no índice geral dessa graduação no Ranking Universitário Folha (RUF) de 2024, sendo avaliada positivamente em

⁷ Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2024/ranking-de-cursos/design/>. Acesso em 15 mar. 2025.

aspectos como a qualificação do corpo docente, a infraestrutura e a relevância no mercado de trabalho (Folha de São Paulo, 2024).

O questionário foi enviado aos representantes dos cursos e, no prazo estipulado pelo cronograma, as 26 instituições foram representadas. Após selecionadas as instituições, com base nas respostas dos questionários, começou-se a investigação documental sobre as graduações. O objetivo foi identificar as disciplinas e conteúdos relacionados à Comunicação nos cursos de bacharelado em Design e revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Os documentos foram retirados dos sites institucionais, baseando-se nos recursos disponíveis de forma online. Foi necessário recolher dados que pudessem estabelecer o rol de conteúdos relacionados ao ensino de Comunicação e Semiótica e como se estabelece a organização deles na matriz curricular. Em alguns casos, porém, esse percurso não ficava evidenciado na matriz curricular, sendo necessário um estudo documental dos Projetos Pedagógicos, a fim de se evidenciar esse percurso.

A pesquisa das matrizes curriculares começou com a leitura dos projetos pedagógicos disponíveis para que houvesse o entendimento das áreas de atuação dos cursos, perfil do egresso, eixos de formação. Essa etapa foi importante para perceber como os conteúdos de Comunicação e Semiótica estão distribuídos na matriz curricular. Torna-se importante verificar se esses conteúdos são estritamente teóricos, se estão no eixo de fundamentação (básico), intermediário ou avançado ou se estão divididos em todo o curso, ou mesmo se são aplicados nos projetos de Trabalho de Conclusão de Curso.

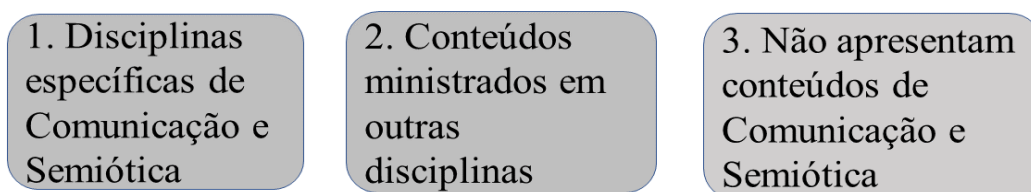
Em algumas instituições não foram encontrados, de forma online, documentos sobre o curso de Design para ser estudados. Depois do levantamento preliminar de todos os cursos que tiveram respostas no questionário, decidiu-se escolher matrizes que se enquadram em três padrões identificados sobre como os conteúdos de Comunicação e Semiótica aparecem no ensino de Design desses cursos de graduação. A não existência de conteúdo ou disciplinas específicas também foi levada em consideração como um dado da pesquisa.

Também houve instituição em que mais de um professor do curso de Design participou da pesquisa. Houve mais de um docente respondente da mesma instituição de ensino superior, como no caso da Universidade do Estado de Minas Gerais, dois cursos tiveram suas matrizes verificadas: o curso de Design de Ubá e o curso de Design de Produto, de Belo Horizonte.

Esse estudo das informações sobre os cursos e o percurso da Comunicação e Semiótica na construção do conhecimento do estudante de Design torna-se imprescindível para o entendimento da etapa de análise dos dados dos questionários respondidos pelos docentes. Nesta fase, foi possível confrontar o que está sendo percebido e realizado na prática pelos professores e coordenadores de curso, com o que está nos documentos onde consta o percurso de formação dos discentes.

Os cursos de Design estudados foram divididos em três grupos principais: aqueles que incorporam a Semiótica como uma disciplina específica. Nesse caso, os nomes das matérias variam, mas o conteúdo de Comunicação e Semiótica fica evidente nas ementas. O segundo grupo é aquele formado por cursos que priorizam os conteúdos de Comunicação e Semiótica de forma mais ampla, em disciplinas que não específicas. O terceiro caso é das instituições que não apresentam nenhum conteúdo diretamente ligado à Comunicação e Semiótica.

Figura 4 - Distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nas matrizes curriculares



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dentro de cada um desses grupos, podem-se realizar subdivisões: a) ter a palavra “Semiótica” no nome da disciplina; b) quanto à natureza da disciplina (obrigatória, eletiva, optativa ou outra), c) sobre como está distribuída na matriz (se aparece somente no início do curso como teórica ou se os conteúdos estão aplicados de forma transversal).

A Semiótica aparece em diferentes níveis e eixos de formação nos cursos de Design. Eles mostram como a Semiótica é integrada ao currículo dos cursos de Design, variando de uma introdução básica a aplicações mais complexas em projetos e pesquisas.

Nas instituições em que a disciplina de Semiótica aparece como um componente obrigatório em seus currículos, é evidenciada a necessidade de que os alunos compreendam os

processos de significação e representação. Essa abordagem ratifica o referencial teórico desta tese, no sentido de que os produtos não atendam apenas a requisitos funcionais, mas que também comuniquem suas intenções e valores.

O conceito ou significado de um produto pode conter tudo o que se sabe sobre ele. “Inclui: história, modos de concepção, produção, tipo de usuário, lógica de funcionamento e valores/ideologias atreladas à marca e ou produto” (Burdek, 2006, p. 340). Tudo isso faz parte da linguagem do produto e pode ser construído a partir de conceitos semióticos ou do design como fenômeno de comunicação.

Para o primeiro grupo que apresenta Comunicação e Semiótica como conteúdo específico, fez-se o estudo sobre como eles aparecem no decorrer do curso, como evidenciado no quadro abaixo:

Quadro 4 - Grupo 1 - Cursos que apresentam os conteúdos de Comunicação e Semiótica em disciplinas específicas

Instituição	Curso	Disciplina	Natureza	Período	Eixo de formação	Carga horária/créditos
Centro Universitário Belas Artes	Design de Produto	Semiótica	Obrigatória/teórica	4º	Fundamentação	40h/a
ESPM São Paulo	Design	Comunicação e Linguagem	Obrigatória/teórica	1º	Fundamentação	4 créditos
		Semiótica aplicada ao Design	Obrigatória	4º	Consolidação	2 créditos

Continua...

Continuação...

Instituição	Curso	Disciplina	Natureza	Período	Eixo de formação	Carga horária/créditos
PUC Paraná (Escola de Arquitetura e Design)	Design	Introdução à Semiótica	Obrigatória/teórica	3º	Fundamentação	2 créditos
		Semiótica aplicada ao Design	Obrigatória/teórica	4º	Fundamentação	2 créditos
		Teoria da Comunicação	Obrigatória/teórica	5º	Fundamentação	2 créditos
PUC-Rio		Linguagem e Comunicação no Design	Obrigatória	1º	Fundamentação	4 créditos
		Linguagem, Comunicação e Discurso no Design I (3 créditos)	Obrigatória	2º	Fundamentação	3 créditos
		Linguagem, Comunicação e Discurso no Design II (2 créditos)	Obrigatória	3º	Fundamentação	2 créditos
		Linguagens e estruturas (4 créditos)	Obrigatória	4º	Fundamentação	4 créditos
		Linguagem, Comunicação e Discurso no Design III	Obrigatória	5º	Consolidação	3 créditos
		Grupo de Optativas de Ênfase Comunicação Multissensorial e Arte	Optativa	5º		2 créditos
				6º		4 créditos
				7º		6 créditos
				8º		2 créditos

Continua...

Continuação...

Instituição	Curso	Disciplina	Natureza	Período	Eixo de formação	Carga horária/créditos
Universidade do Estado de Minas Gerais (BH)	Design de Produto	Design e Semiótica	Obrigatória/teórica	2º	Sócio humanística	2 créditos – 30h/a
		Design e Semiótica - Estudos Aplicados	Optativa/teórica		Sócio humanística	2 créditos – 30h/a
Universidade do Estado de Minas Gerais (Ubá)	Design	Percepção e Design	Obrigatória/teórica	1º	Fundamentação	2 créditos – 36h/a
		Comunicação e Semiótica I	Obrigatória/teórica	2º	Fundamentação	2 créditos – 36h/a
		Comunicação e Semiótica II	Obrigatória/teórica	3º	Específico	4 créditos – 72h/a
		Comunicação aplicada ao Design	Obrigatória/teórico-prática	4º	Específico	2 créditos – 36h/a
Universidade Federal de Juiz de Fora	Design	Semiótica do Design Gráfico	Eletiva	-	Grupo temático processual / consolidação	4 créditos – 60h/a
Universidade Federal de Uberlândia	Design	Semiótica aplicada ao design	Obrigatória Teórico/prática	1º	Fundamentação	45h/a
Universidade Federal de Campina Grande	Design	Semiótica e Semântica do Produto	Obrigatória		Intermediário	4 créditos – 40h/a
		Semântica e design	Optativa			4 créditos – 40h/a
Universidade Federal de Santa Catarina	Design	Semiótica aplicada	Obrigatória	3º	Construção	3 créditos – 54 h/a

Continua...

Continuação...

Instituição	Curso	Disciplina	Natureza	Período	Eixo de formação	Carga horária/créditos
Universidade Federal do Espírito Santo	Design	Semiótica das mediações I	Obrigatória	1º	Fundamentação Eixo temático: imagem	3 créditos – 60 h/a
		Semiótica das mediações II	Optativa			3 créditos – 60 h/a
		Semiótica das mediações III	Optativa			2 créditos – 60h/a
		Semiótica das mediações IV	Optativa			3 créditos – 60 h/a
Universidade Federal do Paraná	Design de Produto	Semiótica aplicada ao design de produto	Obrigatória			60h/a
		Semiótica aplicada ao design gráfico	Optativa			30 h/a
		Semiótica das artes visuais	Optativa			30 h/a
Universidade Federal do Piauí	Moda, design e estilo	Semiótica da moda	Optativa			60h/a
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Design	Teoria dos Signos	Obrigatória/teórica	2º	Teórico/ Básico	60h/a
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Design de Produto	Semiótica	Obrigatória	5º		2 créditos – 30h/a
Universidade Positivo (Paraná)	Design	Processo de significação no Design	Obrigatória	3º	Fundamentação	30h/a

Continua...

Continuação...

Instituição	Curso	Disciplina	Natureza	Período	Eixo de formação	Carga horária/créditos
Universidade de São Paulo)	Design	Teoria do Signo	Optativa eletiva de projeto	5º	Consolidação	2 créditos - 30h/a
		Design para comunicação	Optativa eletiva de projeto	7º		4 créditos - 60h/a
		Textos comunicacionais	Optativa eletiva de projeto	8º		2 créditos - 30h/a

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Neste grupo, as disciplinas de Comunicação e Semiótica apresentam o estudo e análise de signos, com a abordagem principalmente Peirceana, incluindo ainda as teorias de Umberto Eco e Roland Barthes em menor intensidade. Para exemplificar esse grupo, foram escolhidas duas instituições: o curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, unidade Ubá (UEMG Ubá), o curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

O curso de Design da UEMG Ubá foi criado em 2006. A graduação era Design de Produto e funcionava como um curso fora de sede com base no de Belo Horizonte. Em 2012, o curso passou a ser independente e, em 2015, mudou para Design. A organização das disciplinas e conteúdos estão agrupados em três pilares: desenvolvimento da prática de projeto, desenvolvimento de habilidades específicas do design e desenvolvimento de repertório a partir de conteúdos relacionados ao universo do design (UEMG Ubá, 2022, p. 15).

Figura 5 - Matriz curricular do curso de Design da UEMG Ubá

Períodos	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	198	3.564	2.970
Créditos	20	20	20	20	16	14	12	12			
Disciplinas Obrigatórias	Metodologia de projeto 2	Metodologia de Design 2	Prática Projetual 1 4	Prática Projetual 2 4	Prática Projetual 3 4	Prática Projetual 4 4	Prática Projetual 5 4	Projeto Experimental II 4			
	História da Arte 4	História do Design 4	Oficina de modelo 4	Seleção de materiais aplic. ao Design 4	Seleção de Proc. de Produção aplic. ao 4	Teorias do Design 4	Projeto Experimental I 4	Seminários 2			
	Diversidade e Inclusão 2	Processos Criativos 4	Comunicação e Semiótica 2 4	Fatores Econômicos 2	Estudos de Mercado 2	Empreendedorismo 4	Gestão do Design 2	Tópicos Especiais 2			
	Metodologia Científica 2	Comunicação e Semiótica 1 2	Comunicação e Semiótica 2 4	Concepções aplicadas ao design 2	Design e Fund. Filos. e Antrop. 2		Design e Sustentabilidade 2	Ética e Atuação 2			
	Percepção e Design 2	Expressão Gráfica 1 4	Expressão Gráfica 2 4	Expressão Gráfica 3 4	Experiência do Usuário 2	Design de Superfície 2		Propriedade Intelectual 2			
	Expressão Gráfica 1 4	Expressão Gráfica 2 4	Expressão Gráfica 3 4	Expressão Gráfica 4 4	Design Universal 2						
	Desenho Geométrico 4	Representação Técnica 1 4	Representação Técnica 2 4	Ergonomia aplicada ao design 4							
									134	2.412	2.010
Disciplinas Optativas									16	288	240
Disciplinas Eletivas									2	36	30
Atividades Complementares									6	108	90
Atividades de Extensão									20	360	300
Estágio Superv.									20	360	300

Fonte: projeto pedagógico do curso de Design da UEMG Ubá, 2022, p. 18).

Pela matriz, percebe-se que há um eixo dedicado à formação dos conteúdos de Comunicação e, especificamente de Semiótica no curso, como disciplinas obrigatórias. Quatro matérias aparecem como base para esse eixo, já a partir do primeiro período de curso:

- “Percepção e Design” dispõe de 36 horas/aula, 2 créditos, obrigatória, teórica, 1º período de curso e é pré-requisito para Comunicação e Semiótica I. Nesta disciplina são ministrados conteúdos sobre fenomenologia; conteúdos de percepção visual e tátil; além de aspectos formais dos objetos, de significação e semântica do produto (Projeto pedagógico do curso de Design, PPC, UEMG Ubá, 2022, p. 57).

- “Comunicação e Semiótica I”, com 36 horas/aula, obrigatória, teórica, 2º período de curso e pré-requisito para Comunicação e Semiótica II. Nesta disciplina são estudados os “Fundamentos da Comunicação e elementos da teoria semiótica que dão suporte à análise comunicativa” (2022, p. 64). “Comunicação e Semiótica II” já apresenta 72 horas/aula, 4 créditos, teórica, 3º período de curso e é pré-requisito para Comunicação aplicada ao Design. Nesta disciplina são estudados “a teoria do código de Umberto Eco: Os "produtos " ou "objetos " industriais vistos pela perspectiva do código; Codificações na sociedade atual; Funções de Linguagem; e a semiologia de Roland Barthes” (PPC Design UEMG Ubá, 2022, p. 70).

- “Comunicação aplicada ao design” tem 36 horas/aula, 2 créditos, teórico/prática, 4º período de curso. Essa disciplina propõe um “debate crítico sobre o design no mundo contemporâneo no que diz respeito às relações entre design e temas atuais: design e métodos, design e sociedade de consumo, design e linguagem, mídias, design e comunicação” (PPC Design UEMG Ubá, 2022, p. 76). Importante ressaltar que a existência de um eixo dedicado aos conteúdos de Comunicação e Semiótica já demonstra a relevância desses assuntos trabalhados para a formação do profissional de Design. No entanto, esses conceitos são apresentados até a metade do curso (4º período). A ideia é que, a partir daí, o discente possa entrar na fase de “experimentação” da teoria e depois em sua aplicação em disciplinas de projeto. Mas sabe-se que isso depende de outros fatores como a disponibilidade do professor das disciplinas práticas para inserir requisitos que “cobrem” do estudante o que ele já aprendeu nas disciplinas teóricas e até mesmo conhecimento sobre os conceitos da Comunicação e Semiótica⁸.

O curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) é estruturado em dois grandes blocos de disciplinas: o Ciclo Básico e o Ciclo Avançado. As disciplinas do Ciclo Avançado estão divididas, por sua vez, em três sub-blocos: as Disciplinas Profissionalizantes, as Disciplinas de Formação Transversal e os Projetos Integrados à Comunidade (PPC Design UFES, 2020, p. 18). Os conteúdos de Comunicação e Semiótica são estudados nas disciplinas “Semiótica das Mediações I, II, III e IV”. Semiótica das Mediações I é ofertada no primeiro período de curso como obrigatória, dentro do bloco do ciclo básico, no eixo temática “imagens” (PPC Design UFES, 2020, p. 58).

Na ementa da disciplina constam conteúdos ligados à Semiótica de Charles Sanders Peirce, da Semiótica Russa e Europeia. As demais são optativas e ficam disponíveis no eixo de disciplinas profissionalizantes. Semiótica das Mediações II apresenta os conceitos de tradução intersemiótica e aplicação da Semiótica Peirceana em projetos de tradução intersemiótica (PPC Design UFES, 2020, p.82). A Semiótica das Mediações III traz a aplicação dos conceitos da Semiótica Peirceana na produção gráfica (2020, p. 103). E a IV, se dedica “à aplicação da semiótica peirceana nos processos de leitura e decodificação de imagens advindas das

⁸ Essa discussão sobre o cenário e proposta de inserção serão mais bem explicados no capítulo 6 desta tese.

linguagens do entretenimento: vinhetas, séries televisivas, animações, games” (PPC Design UFES, 2020, p. 107).

Os cursos de Design da UEMG Ubá e Federal do Espírito Santo apresentam os conteúdos específicos de Semiótica como sendo obrigatórios e de cunho teórico. Na primeira instituição, a carga horária e o número de disciplinas obrigatórias é maior. Na Universidade Federal do Espírito Santo, o estudante que optar pelas disciplinas de Semióticas das Mediações II, III e IV terá a chance de aplicar os conteúdos teóricos em diferentes contextos, como prevê o Projeto Pedagógico.

O segundo grupo de cursos apresenta instituições em que não há disciplinas específicas de Comunicação e Semiótica. Nele estão: a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) com o curso de Desenho Industrial/Design, o curso de Design da PUC Rio, o curso de Comunicação visual/design da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e o curso de Design da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

O curso de Design da PUC Rio, apesar de não possuir disciplinas com o nome de Comunicação e Semiótica, apresenta, em todos os períodos do curso, pelo menos uma disciplina ligada à Comunicação e nela constam conteúdos de Semiótica. Elas estão distribuídas em disciplinas obrigatórias até o quinto período e optativas de ênfase “Design: Comunicação multissensorial e artes”, do quinto ao oitavo período⁹.

- 1º período – Linguagem e Comunicação no Design
- 2º período – Linguagem, Comunicação e Discurso no Design I (3 créditos)
- 3º período – Linguagem, Comunicação e Discurso no Design II (2 créditos)
- 4º período – Linguagens e estruturas (4 créditos)
- 5º período - Linguagem, Comunicação e Discurso no Design III (3 créditos) e Grupo de Optativas de Ênfase Comunicação Multissensorial e Arte (2 créditos)
- 6º período - Grupo de Optativas de Ênfase Comunicação Multissensorial e Arte (4 créditos)
- 7º período - Grupo de Optativas de Ênfase Comunicação Multissensorial e Arte (6 créditos)

⁹ Disponível em: <https://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/design.html>. Acesso em 4 jun. 2025.

- 8º período - Grupo de Optativas de Ênfase Comunicação Multissensorial e Arte (2 créditos).

Outro exemplo desse grupo é o curso de Desenho Industrial/Design da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), em que os conteúdos se encontram distribuídos ao longo de toda a matriz curricular. A instituição propõe uma graduação generalista, estruturada em quatro eixos: 1) Design de produto; 2) Design de comunicação; 3) Design de interação; 4) Design de serviços, divididos em grupos temáticos (Instrumental, Processual e Integralizador). O curso disponibiliza uma lista de disciplinas optativas com o nome de "Tecnologia e produção da imagem A, B, C, D e E". Pelas ementas, disponíveis na internet, percebe-se que estão ligadas à análise semiológica de imagem, sendo a A e a B dedicadas à análise de quadrinhos e a C, D e E ligadas à análise de cinema e imagens multimídia¹⁰.

O curso de Design da Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, não apresenta disciplinas específicas de Comunicação e Semiótica, porém, os conteúdos aparecem em outras disciplinas. Um exemplo é a disciplina "Design 2", obrigatória, com carga horária de 45 horas/aula e 3 créditos, ministrada para o terceiro período do curso. Ela está localizada no eixo estruturante da área projetual. O conteúdo de Comunicação e Semiótica aparece na ementa:

Conceito e valores simbólicos. Iniciação à prática de desenvolvimento de projeto em design. Aprendizado/prática da metodologia de desenvolvimento de produto. Aprendizado sobre a construção do conceito: identificação de valores simbólicos; compreensão das necessidades dos usuários. Referências formais e iconológicas a partir de noções de semiótica.¹¹

Instituições que não apresentam a disciplina específica de Comunicação e Semiótica demonstram que, mesmo na ausência de uma disciplina formal, os conceitos e práticas podem ser incorporados em outras áreas do currículo, permitindo que os alunos desenvolvam uma compreensão abrangente da Comunicação no Design.

O terceiro grupo de instituições é o que não foram encontrados conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design. São elas: Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Unochapecó, Centro Universitário Senai Santo Amaro, Uniasselvi e Universidade

¹⁰ Disponível em: [Imagens Multimídia](#). Acesso em 23 mar. 2025.

¹¹ Disponível em: [Semiótica](#). Acesso em 23 mar. 2025.

Anhembi Morumbi (São Paulo) e Instituto Mauá (São Paulo). A análise dos padrões observados nas instituições de ensino reforça a ideia do Design como linguagem (Braidá; Nojima, 2014) e da Semiótica, como ciência que estuda e interpreta as diversas formas de linguagem.

O estudo das matrizes curriculares mostra que a Comunicação e Semiótica aparece de forma transversal e integrada, sobretudo nas disciplinas que envolvem comunicação visual, linguagem, e a construção de significados. Em algumas instituições, é abordada em nível teórico e prático, consolidando-se como um componente essencial para a formação do designer.

5.2 ANÁLISE DE DADOS DOS QUESTIONÁRIOS

O questionário foi dividido em três seções:

Figura 6 - Etapas do questionário

1. Formação acadêmica e atuação profissional

2. Relação do profissional com o curso de Design

3. Relação do profissional com o Ensino de Semiótica

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na seção sobre a formação acadêmica e atuação profissional, o importante foi traçar um perfil dos professores e coordenadores de curso. Primeiro, o participante identificou-se como professor do curso, professor de Comunicação e Semiótica ou coordenador (a) de curso. Depois, reuniram-se os dados sobre a formação acadêmica e atuação profissional com o tempo de docência e instituição de ensino de vínculo. Foram cinco questões para definir quem seria esse profissional.

A primeira questão foi se o participante gostaria ou não de participar da pesquisa. Se concordasse, o questionário continuaria. Se não, o formulário iria para o final, com o agradecimento e a despedida. Nesse item, todos os participantes concordaram em ir até o final. Entre os dados principais foram solicitados e-mail, nome completo, escolaridade, formação acadêmica e em quais áreas se deram a formação acadêmica do (a) participante.

A pesquisa com seres humanos foi aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Juiz de Fora, em 14 de dezembro de 2023, via Plataforma Brasil (CAAE nº

75313123.0.0000.5147). Os participantes tiveram como critério de inclusão: serem professores do curso de Design, docentes dos conteúdos de Comunicação e Semiótica e/ou coordenadores de curso da modalidade presencial e bacharelado, resultando em uma amostragem por acessibilidade. Os questionários foram enviados por e-mail aos participantes entre 22 de julho a 4 de setembro de 2024. O período de recebimento das respostas foi de 22 de julho a 22 de setembro de 2024. Ao todo, foram 42 participantes, distribuídos em 26 instituições de ensino superior brasileiras.

Constatou-se que os participantes se enquadraram em quatro perfis: (1) docentes, (2) docentes que também atuam em coordenação de curso, (3) docentes de Comunicação e Semiótica que atuam na coordenação de curso e (4) docentes de Comunicação e Semiótica como se percebe na Figura 7.

Figura 7 - Categorias dos participantes

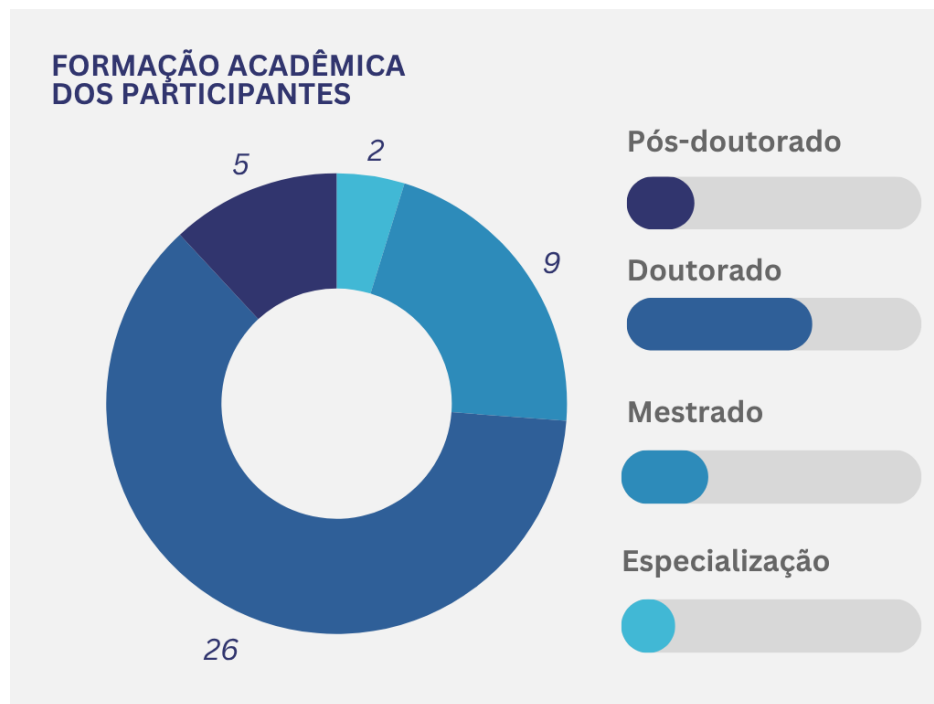


Fonte: Elaborada pela autora (2024).

5.2.1 Formação acadêmica e atuação profissional

Buscou-se identificar o nível de escolaridade do(a) docente: graduação, pós-graduação: especialização, mestrado, doutorado, livre-docência e pós-doutorado. Nenhum participante fez livre-docência. A maioria completou o doutorado, 26 participantes e cinco o pós-doutorado como se observa na figura 2:

Gráfico 2 - Formação acadêmica dos participantes



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Para compreender o perfil do profissional, foi necessário, ainda, coletar as informações sobre quais áreas de graduação e pós-graduação ocorreram suas formações acadêmicas. O cerne dessa questão foi verificar em que áreas de formação estão os profissionais que atuam no ensino de Design e, principalmente, os que trabalham com Comunicação e Semiótica. Estabelecer esse cenário do perfil dos participantes pode sugerir algumas pistas se a formação influencia na aplicação e/ ou relevância dos conteúdos de Comunicação para o curso de Design e sobre como isso está inserido no contexto dos Projetos Pedagógicos aproximando ou afastando o que consta nos documentos oficiais e o que acontece na prática. Foi possível identificar uma variedade de áreas de formação principalmente no que se refere ao mestrado e doutorado. No quadro 5, apresentam-se os dados de formação dos profissionais que responderam ao questionário.

Quadro 5 - Áreas da formação acadêmica dos participantes¹²

Cargo	Graduação	Especialização	Mestrado	Doutorado	Pós-Doc
Docente	Design de produtos		Arquitetura e Urbanismo		
Docente	Design de moda		Economia doméstica		
Docente e coordenação de curso	Arquitetura e urbanismo		Arquitetura e urbanismo	Arquitetura e urbanismo	
Docente	Design de moda Artes Visuais; Pedagogia; Ciências Humanas.		Economia doméstica	Economia doméstica	
Docente	Design		Design	Design	Design
Docente	Jornalismo Teologia Psicologia	Marketing	Teologia da Comunicação	Teologia da Comunicação	
Docente de Comunicação e Semiótica e coordenação de curso	Comunicação Social/Cinema		Design	Design	
Docente	Comunicação	Fotografia	Fotografia	Fotografia	Foucault
Docente e coordenação de curso	Comunicação		Poéticas visuais	Poéticas visuais	
Docente e coordenação de curso	Design		Educação		
Docente	Design		Design		
Docente de Comunicação e Semiótica	Letras		Comunicação e Semiótica	Comunicação e Semiótica	Filosofia da Biologia e Ciência Cognitiva

Continua..

¹² Os nomes dos cursos das áreas de formação do quadro 5 foram colocados exatamente de acordo com as respostas dos docentes nos questionários da pesquisa.

Continuação...

Cargo	Graduação	Especialização	Mestrado	Doutorado	Pós-Doc
Docente	Design gráfico		Comunicação e Semiótica	Comunicação e Semiótica	
Docente de Comunicação e Semiótica	Design			Design	
Docente de Comunicação e Semiótica	Design		Educação	Comunicação e Semiótica	
Docente de Comunicação e coordenação de curso	Desenho Industrial - Programação Visual (atual Design Gráfico)		Design	Design	
Docente	Design		Biodesign		
Docente e coordenador de curso				Comunicação Social	
Docente	Ciências Contábeis		Arte, patrimônio e museologia	Educação	
Docente de Comunicação e Semiótica	Desenho Industrial com habilitação em Comunicação Visual		Design	Design	
Docente	Desenho Industrial	Técnicas de Representação Gráfica	Design		
Docente e coordenação de curso	Design		Design		
Docente de Comunicação e coordenação de curso	Design		Cultura visual	Comunicação	

Continua...

Continuação...

Cargo	Graduação	Especialização	Mestrado	Doutorado	Pós-Doc
Docente de Comunicação e Semiótica e coordenação de curso	Jornalismo			Comunicação e Semiótica	
Docente de Comunicação e Semiótica e coordenação de curso	Desenho Industrial	Inovação e Difusão Tecnológica	Engenharia Ambiental e Tecnologias Limpas	Design	
Docente				Arquitetura e arte	
Docente e coordenação de curso	Pedagogia, Marketing, Tecnologias Educacionais	Neuroeducação e Design Instrucional	Ciências	Ciências	
Docente e coordenação de curso	Comunicação Social		Comunicação Social	Design	
Docente	Design de Produto		Design	Design	
Docente				Design	
Docente	Design		Arquitetura e urbanismo	Arquitetura e urbanismo	
Docente de Comunicação e Semiótica	Design		Artes Visuais	Design	Design
Docente e coordenação de curso	Design		Gestão de projetos		
Docente e coordenação de curso	Design		Design	Design	Design
Docente de Comunicação e Semiótica				Letras (Português/Inglês)	
Docente de Comunicação e Semiótica	Design Gráfico		Comunicação e Linguagem		

Continua...

Continuação...

Cargo	Graduação	Especialização	Mestrado	Doutorado	Pós-Doc
Docente e coordenação de curso	Estilismo e Moda		Comunicação e Práticas de Consumo	Comunicação e Práticas de Consumo	
Docente	Moda		Design e Marketing	Engenharia Têxtil	
Docente	Arquitetura e Urbanismo	Design			
Docente e Coordenação e curso	Licenciatura Plena em Educação Artística e em Desenho Industrial com habilitação em Comunicação Visual	Museologia	Comunicação e Semiótica	Comunicação e Semiótica	
Docente e coordenação de curso	Desenho Industrial		Engenharia de Produção / Gestão e Inovação	Design	
Docente de Comunicação e Semiótica	Moda Administração	Gestão Empresarial e MBA em Negócios e estética da moda.			

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No quadro 5, verifica-se que 26 docentes apresentam algum tipo de graduação em Design (incluindo Desenho Industrial, Design Gráfico, Moda, entre outros). Cinco profissionais são graduados em Comunicação Social. Também aparecem outras formações como Arquitetura e Urbanismo, Letras, Ciências Contábeis, Pedagogia e Marketing.

Dez docentes fizeram doutorado na área de Comunicação: Teologia da Comunicação (1), Fotografia (1), Comunicação e Semiótica (5), Comunicação Social (2) e Comunicação e Práticas de Consumo (1). Essa busca pela formação reforça a relação entre as áreas do Design e da Comunicação.

Essa busca pela formação reforça a relação entre as áreas do Design e da Comunicação, como se observa na figura 8.

Figura 8 - Perfil dos participantes quanto à formação

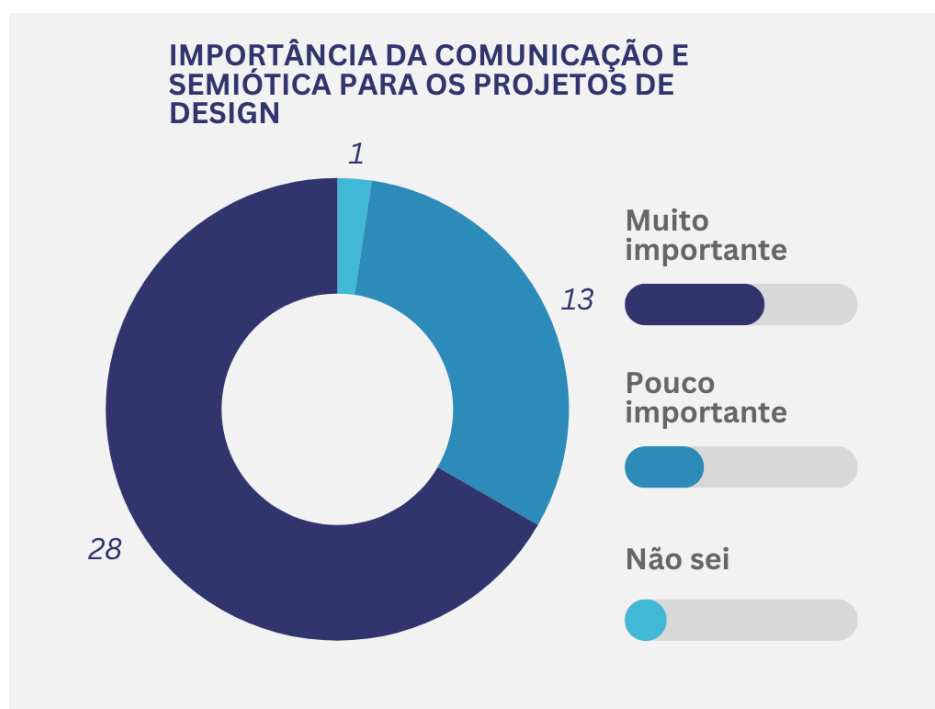


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A diversidade de formações no corpo docente do Design, especialmente com professores oriundos das áreas de Comunicação e Semiótica, pode sugerir a interdisciplinaridade entre as áreas e amplia a compreensão dos alunos sobre os processos de significação e comunicação (visual), essenciais para a prática do Design.

Uma das indagações centrais do questionário foi: “Qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design?”, independente se o docente já tenha ou não ministrado a disciplina. A intenção foi perceber como os conteúdos aparecem e como se dá a relação entre a teoria e prática na graduação em Design. O resultado mostrou que 67% dos entrevistados consideram os conteúdos de Comunicação e Semiótica muito importantes para o graduando em Design, 31% consideram importante e 2% não souberam responder, como se observa no gráfico.

Gráfico 3 - Importância da Comunicação e Semiótica para os projetos de Design



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

5.2.2 Relação do profissional com o curso de Design

Na segunda etapa do questionário, foram apresentadas perguntas para identificar a relação do profissional com o curso de Design. Os participantes foram indagados se ministram ou ministraram disciplinas no curso de Design nos últimos cinco anos (2020-2024). E 95,2% responderam que sim. O restante, por serem identificados com muita prática de ensino na graduação e atuarem na pós-graduação, como identificado no questionário, também tiveram suas respostas consideradas. Essa pergunta se fez necessária para que fosse comprovada a relação dos profissionais com a sala de aula, uma vez que alguns participantes se declararam como coordenadores de curso. Porém, mesmo em cargos de gestão, se mantiveram em salas de aula.

Os docentes ministram aulas nos cursos de: Design, Comunicação visual e design, Arte e design, Design de produto, Artes e design – comunicação, Design de moda, Tecnologia em Design (Gráfico, Interiores, Animação), Design de interiores, Design e Arquitetura; Moda, Design e Estilismo, Design Digital e Design gráfico.

Os conteúdos ministrados pelos profissionais puderam ser identificados na pergunta sobre qual(is) disciplina(s) ministrada(s) nos últimos cinco anos (2020 a 2024) no bacharelado em Design. A variedade das respostas indica que os participantes atuam em diferentes disciplinas e, alguns deles, mesclam matérias teóricas e práticas.

Figura 9 - Disciplinas ministradas pelos participantes



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Embora a pesquisa trate do ensino de Comunicação e Semiótica no Design, foi relevante perceber a variedade da mostra dos participantes. Os professores das disciplinas de projeto como Prática Projetual, Metodologia de Projeto e de outros conteúdos desde Representação Técnica até História do Design e Teoria e fundamentos do Design apresentaram seus pontos de vista sobre os conteúdos de Comunicação e Semiótica e sua importância para a graduação em Design. Essa visão será apresentada mais à frente na análise de conteúdos das questões abertas.

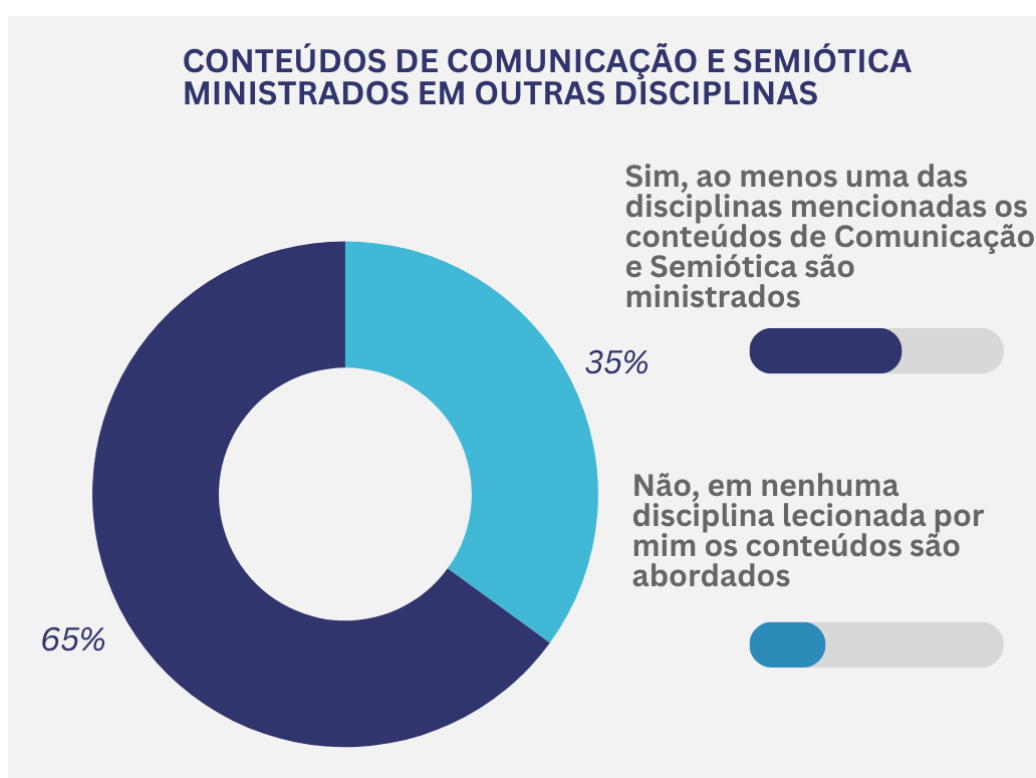
Os dados do questionário apontaram o tempo de atuação do profissional na área acadêmica. Foi observado que o profissional com menos tempo de serviço apresentou um ano de docência e o com maior experiência atua há 25 anos. O tempo de atuação serviu para

complementar o perfil do profissional que atua no ensino superior em Design no universo pesquisado.

5.2.3 Relação do profissional com o Ensino de Semiótica

A terceira parte do questionário teve por finalidade identificar o ponto de vista do profissional do curso de Design para com o ensino de Comunicação e Semiótica, independente se o docente já tenha ou não ministrado a disciplina. A intenção foi perceber como os conteúdos aparecem e como se dá a relação entre teoria e prática na graduação em Design.

Gráfico 4 - Conteúdos de Comunicação e Semiótica ministrados em outras disciplinas

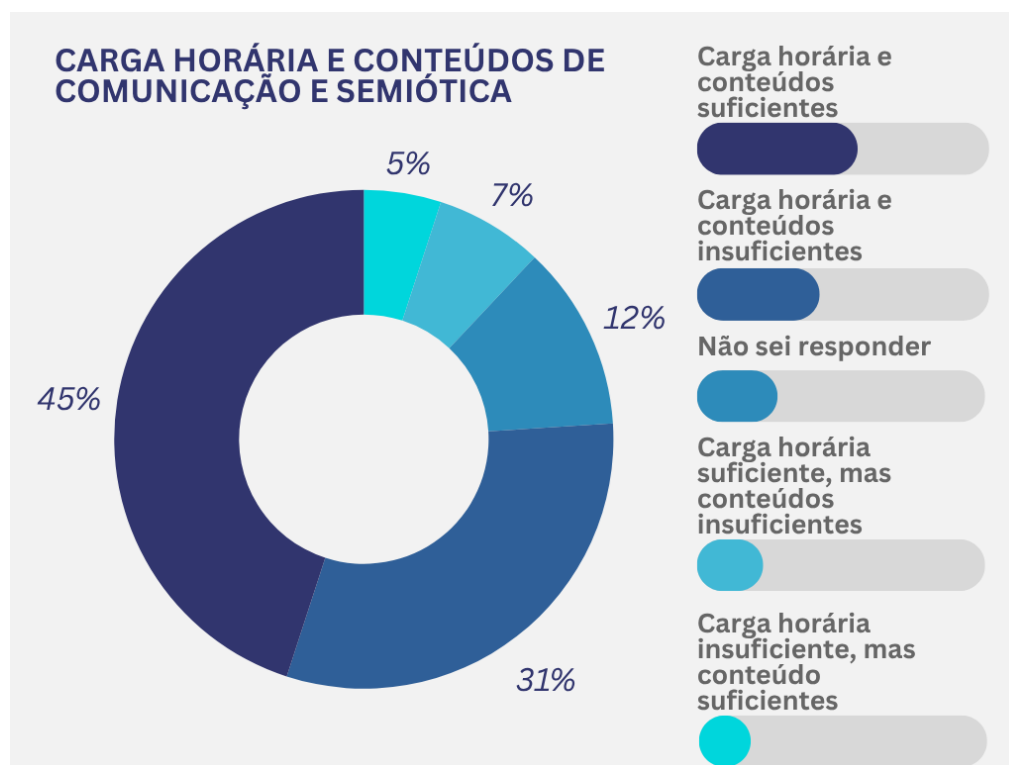


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Interessante perceber que 65% dos entrevistados, apesar de não serem professores da área, reconhecem a relevância dos conteúdos de Comunicação e Semiótica e o utilizam de alguma forma em suas matérias do curso de Design. Essa relação fica mais evidente na análise de conteúdo das questões abertas do questionário quando os participantes dão exemplos sobre como isso acontece.

Também foi perguntado se os participantes consideram a carga horária e os conteúdos ministrados nas disciplinas específicas de Comunicação e Semiótica são suficientes.

Gráfico 5 - Carga horária e conteúdos de Comunicação e Semiótica



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A maioria (45%) considera a carga horária e conteúdos de Comunicação e Semiótica suficientes para o estudante de Design. Porém, 12% dos respondentes não souberam responder. Isso pode englobar os participantes que não ocupam cargo de coordenação de curso e os que não estão diretamente ligados às matérias específicas.

Um dos questionamentos centrais da pesquisa foi apresentado na pergunta: “Qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design?”. Entender essa visão dos professores pode sugerir pistas para a proposta da tese sobre como esses conteúdos se enquadram na graduação em Design e como ocorrem as relações entre os conteúdos teóricos e as práticas projetuais em toda a distribuição nas matrizes curriculares. Isso pode apontar caminhos para apresentação dos eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica para a formação em Design que será apresentado no capítulo 6.

Após o questionamento sobre a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design, o roteiro pediu comentários sobre a resposta anterior, incentivando o participante a responder de forma discursiva sobre o tema. Para essa etapa, optou-se pela análise de conteúdo com base em Laurence Bardin (2011). O software Iramuteq auxiliou na abordagem para compilação e estudo dos dados.

A metodologia de análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011) é uma técnica sistemática de investigação que permite interpretar e categorizar informações textuais de maneira organizada, revelando padrões, temas e significados implícitos. Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é dividida em três fases principais: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados.

Na fase de pré-análise, selecionou-se o corpus e definiram-se os objetivos do estudo. As duas respostas discursivas do questionário foram escolhidas como corpus a fim de se encontrarem padrões nas respostas que possam indicar possíveis posicionamentos semelhantes sobre o ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design. Na exploração do material, aplicou-se a codificação, segmentação e categorização dos dados. Por fim, os resultados foram interpretados com base nos objetivos definidos. O software Iramuteq facilitou essa metodologia ao permitir a organização textual e a realização de análises lexicais e estatísticas, como a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), que agrupa palavras ou expressões em classes temáticas.

A primeira questão discursiva foi: “Qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design?”. Os 42 participantes responderam. Para a análise dessa questão com os comentários dos docentes, optou-se pela Classificação Hierárquica Descendente (CHD) realizada pelo software Iramuteq. Trata-se de uma técnica estatística que processa os dados e cria os agrupamentos (as classes). Na figura abaixo, apresentam-se os dados do processamento no software para essa questão, contendo, principalmente, os comandos para gerar representações gráficas das informações sobre as respostas.

Figura 11 - Dados do processamento para a questão discursiva 1

Description Tais questão 1_corpus_1 x	
Descrição do corpus	
Nom	Tais questão 1_corpus_1
Idioma	portuguese
Definir caracteres	utf_8_sig
originalpath	C:\Users\Lenovo\Desktop\Dados Tais\Tais questão 1.txt
pathout	C:\Users\Lenovo\Desktop\Dados Tais\Tais questão 1_corpus_1
date	Fri Nov 29 10:41:25 2024
time	0h 0m 0s
Paramètres	
ucemethod	1
ucesize	40
keep_caract	^a-zA-Z0-9ÀÁÂÃÄÅÆÇÈÉÊËÌÍÎÏÐÑÒÓÔÕÖØÙÚÛÜÝÞßàáâãäåæçèéêëìíîïðñòóôõöøùúûüýþÿBœE'ñÑ.;:!?*_-
expressions	1
Statistiques	
Number of texts	42
Number of text segments	62
occurrences	1817
Number of forms	633
Número de hapax	414 - 65.40 % des formes - 22.78 % des occurrences

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A partir da técnica de Classificação Hierárquica Descendente, foram escolhidas três formas de representação dos dados para a questão 1: o dendrograma, a nuvem de palavras e a análise de similitude. Para a elaboração das três formas de representações, o texto com as respostas da questão discursiva 1 foi disponibilizado no software Iramuteq e, posteriormente, segmentado conforme a frequência das palavras que mais se repetem.

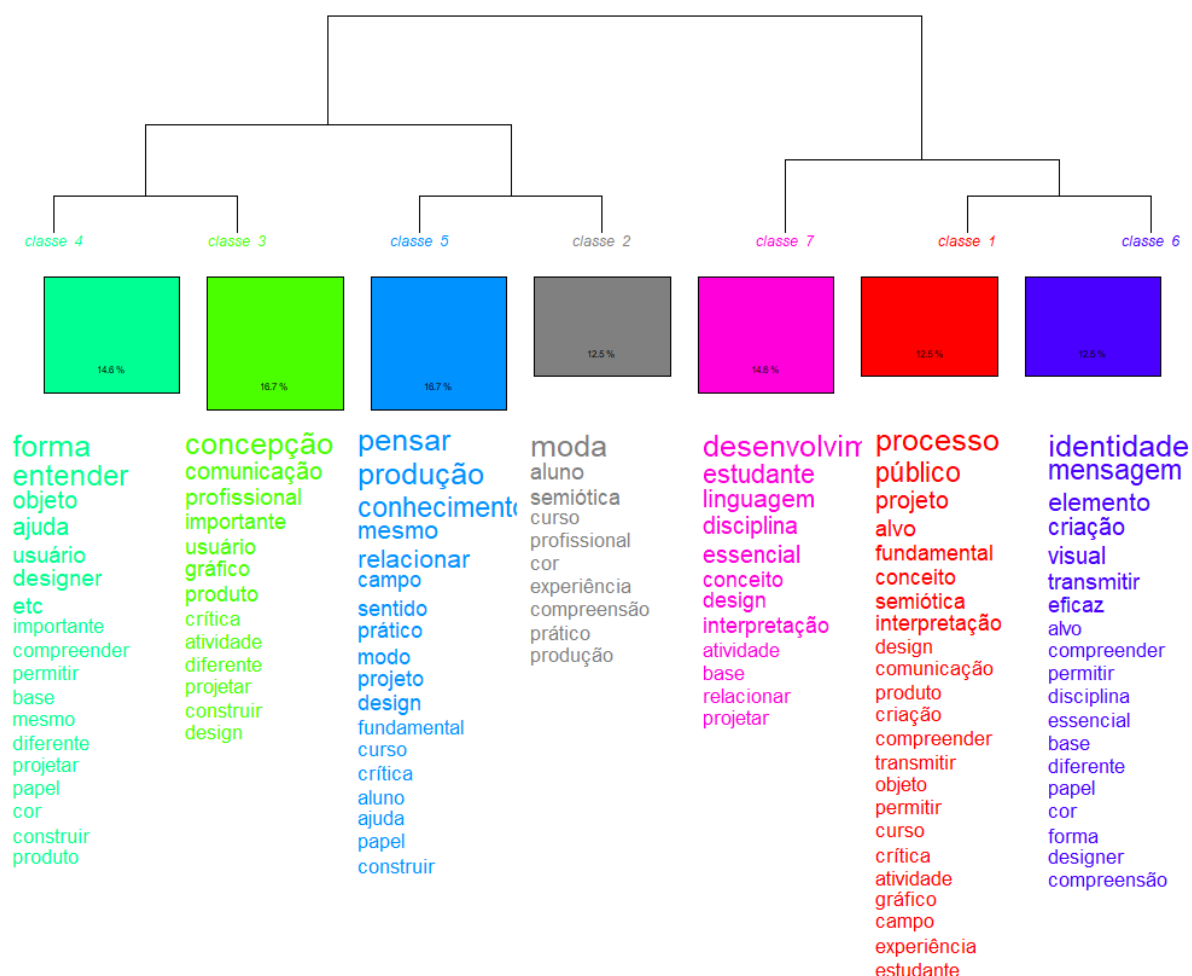
Figura 12 - Frequência das palavras que mais se repetem

Forma	Freq. 	Tipos
design	39	nom
semiótica	33	nom
projeto	25	nom
comunicação	17	nom
produto	12	nom
forma	11	nom
fundamental	10	adj
criação	9	nom
visual	9	adj
compreender	8	ver
designer	8	nom
linguagem	8	nom
significado	8	nom
usuário	8	nom
desenvolvimento	7	nom
disciplina	7	nom
interpretação	7	nom
signo	7	nom
compreensão	6	nom
conhecimento	6	nom
considerar	6	ver
importante	6	adj
público	6	nom

Fonte: Elaborada pela autora (2024).

A primeira representação gráfica escolhida para apresentar os dados da primeira questão foi um dendrograma. Ele serve como um recurso visual para facilitar a compreensão e a interpretação das relações e agrupamentos temáticos identificados no corpus textual. As palavras são apresentadas de forma hierárquica, com os ramos mostrando como os segmentos textuais ou palavras se conectam e diferem entre si.

Figura 13 - Dendrograma de classificação da questão discursiva 1



Fonte: elaborada pela autora (2024).

O dendrograma de classificação no software Iramuteq gerou essa representação a partir da Classificação Hierárquica Descendente (CHD). Pela técnica, foi possível organizar os segmentos textuais em classes com base em suas similaridades lexicais e estatísticas. Ele foi utilizado para identificar e visualizar os temas ou tópicos predominantes nas respostas da questão 1 sobre a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução de projetos no curso de Design.

As respostas foram agrupadas em sete classes: (1) processo, (2) moda, (3) concepção, (4) forma, (5) pensar, (6) identidade e (7) desenvolvimento. Essas foram palavras que coincidiram nas respostas e que podem ser analisadas como parte do processo de criação e execução de

projetos de Design. As cores foram escolhidas de forma aleatória apenas como maneira de diferenciar as classes.

Na classe 1, em vermelho, há o destaque para a Comunicação e a Semiótica como parte do “processo” do desenvolvimento do projeto de Design, capaz de contribuir para a experiência do estudante durante o curso. É relevante para a criação, compreensão e transmissão de mensagens por meio de signos nos objetos criados.

Na classe 2, em cinza, a Comunicação e Semiótica aparece como necessária para que profissional compreenda e possa desenvolver questões práticas do processo de produção de moda, por exemplo, como a escolha da cor, e pode contribuir para a compreensão do aluno sobre a experiência do usuário.

Já na classe 3, aparece a palavra “concepção”. Nessa etapa do projeto de Design, a Comunicação e Semiótica aparece como importante aporte para a concepção ou idealização do produto. Destacam-se as palavras usuário, profissional e área do gráfico. Os respondentes assinalaram a relevância da Semiótica na relação entre usuário e o profissional, principalmente do design gráfico.

A classe 4, a Semiótica aparece como relevante na escolha da forma dos objetos, como um recurso utilizado pelo designer que pode auxiliar na compreensão da mensagem que o produto deseja passar. A classe 5 traz a palavra “pensar”; trabalha como auxílio no processo de construção do conhecimento sobre Design, a partir do momento em que relaciona os conceitos teóricos com a prática profissional, por meio da criação de elementos com os quais eles se identifiquem e se reconheçam como parte.

A classe 6 contempla a palavra “identidade” para os projetos de Design. A Comunicação e Semiótica como ferramenta que pode dar sentido de pertencimento dos objetos aos seus usuários. A palavra “desenvolvimento” vem na classe 7, trazendo outros vocábulos como linguagem e disciplina. Considerando o Design como uma forma de linguagem (Braidão, 2009) e a Semiótica como a ciência que interpreta todas as formas de linguagem, tal menção dos participantes do questionário mostra-se extremamente pertinente.

Além do dendrograma, o gráfico de similitude no Iramuteq apresentou uma representação visual que articulou as relações entre palavras ou categorias de palavras do corpus textual da questão discursiva 1 do questionário, com base na similaridade entre elas. Identificaram-se

O gráfico de similitude apresenta os nós, que são pontos que representam as palavras ou categorias analisadas. Os tamanhos dos nós indicam a frequência das palavras no corpus. As que mais aparecem nos nós são: signo, interpretação, criação, forma, produto, Design, projeto, modo e semiótica. Os grupos de palavras próximas no gráfico indicam *clusters* temáticos, ou seja, subconjuntos de ideias relacionadas. Cada *cluster* pode ser entendido como um tema ou subtema dentro do corpus. Os grupos identificados como “signo, interpretação, criação, forma e semiótica” aparecem como ligados à teoria. E os grupos “modo”, “Design” e “projeto” se identificam com a prática no Design.

As arestas/linhas na figura mostram a coexistência entre as palavras, sendo mais espessas para as mais frequentes. Observam-se, nesse caso, as palavras “Comunicação”, “Semiótica”, “Design” e “projeto”. Pode-se refletir, portanto, sobre a estreita ligação entre a Comunicação e Semiótica com os projetos de Design, segundo as respostas da questão em análise. As distâncias entre os nós representam o grau de similitude (quanto mais próximos, maior a relação entre as palavras).

A Comunicação e Semiótica aparece ligada a todos os grupos de palavras começando pela leitura do ato de projetar (verde mais claro), na interpretação dos projetos de Design, passando pela clareza na produção e interpretação dos sentidos (azul); na parte de criação, por meio da criação de mensagens que possam contribuir para a identidade do produto/objeto (lilás).

A Comunicação e Semiótica também se manifesta na relevância da escolha da forma do objeto identificada em outro tom de azul e na relação do produto/usuário. Na relação direta com a palavra “Design”, a representação identifica a Comunicação e Semiótica como um campo do conhecimento essencial para a interpretação da linguagem do Design que possa gerar sentido para o entendimento de todo o contexto do ato de projetar.

Com o estudo da imagem, pode-se inferir que os principais temas do corpus aparecem como sendo a Comunicação e a Semiótica ligada a questões teóricas e práticas do ato de projetar do designer. A relação entre as palavras centrais e os grupos menores evidencia que mesmo não havendo muita ligação entre elas, a relevância dos conteúdos de Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos está presente. Não foram encontrados temas inesperados ou desconexos que não façam parte do universo do ensino de Semiótica no Design. E há uma coerência temática entre os grupos identificados de acordo com as respostas dadas pelos

participantes. Também foi elaborada uma nuvem de palavras, a fim de exemplificar melhor o conteúdo das respostas, conforme se observa na figura.

Figura 15 - Nuvem de palavras da questão discursiva 1



Fonte: Elaborada pela autora (2024).

A imagem sintetiza as explicações anteriores, apresentando visualmente os dados obtidos. As palavras Comunicação e Semiótica surgem novamente em destaque e diretamente ligadas a Design, projeto, produto e forma. Outros vocábulos como linguagem, significado, interpretação, conhecimento profissional dão pistas sobre o papel da Comunicação e Semiótica para a compreensão, entendimento e/ ou percepção dos processos dentro da elaboração e execução dos projetos de Design. A Semiótica se apresenta como uma área de estudo abrangente que possibilita a compreensão do modo como as linguagens verbais e não verbais permitem a comunicação entre os seres. Esse alcance abarca o campo do Design e realça as relações entre as áreas.

Ainda com relação à importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design foi importante perceber como os participantes a consideram relevante. Após analisar as respostas dos 42 participantes, foram identificados alguns padrões seguindo as técnicas de análise de conteúdo de Laurence Bardin que possibilitaram a interpretação e separação dos textos que puderam revelar os temas mais debatidos pelos docentes.

A pesquisa apontou a existência de quatro padrões de respostas e que formaram as categorias sobre a relevância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução de projetos de design:

Figura 16 - Padrões sobre a importância da Comunicação e Semiótica na elaboração e execução de projetos de design



Fonte: Elaborada pela autora (2025).

O livro “Por que design é linguagem?”, de Frederico Braidá e Vera Nojima, apresenta a compreensão do Design como fenômeno de linguagem, abordando o tema “como aporte das teorias comunicacionais e semióticas” (Braidá; Nojima, 2014, p. 27). Os autores ainda enfatizam: “destaca-se que a Semiótica se desvela 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, que estuda todas as linguagens” (Braidá; Nojima, 2014, p. 27).

A citação anterior ratifica o que um dos participantes respondeu: “a disciplina é responsável pelo início do despertar do entendimento dos estudantes para a aceção do Design como linguagem” (participante 5). Outro participante destacou a relação entre o fazer Design e a tradução de linguagens.

Para mim, o fator de inovação e originalidade nos projetos está associado ao "modo como" se associa repertórios e experiências a fim de uma resolução (mesmo que para o dado momento). Desde como se faz pesquisa, pois além da técnica - considero o "olhar para" como acessa, como absorve, como relaciona, como direciona para ... É muito mais sobre a conduta do que a ferramenta em si, ou até a solução em si. Trata do modo de pensar sobre (participante 36).

As dimensões do Design ressaltadas por Lucy Niemeyer como: (1) Sintática: que define como os elementos do produto são organizados e suas relações formais; (2) Semântica: o significado atribuído aos elementos do produto, como ele transmite valor e mensagem; e (3) Pragmática: como o usuário interage com o produto e o que ele consegue fazer com ele; (Niemeyer, 2010, p. 50-51) também foram lembradas participante 24. O Design apareceu nas respostas principalmente como uma linguagem visual que comunica significados e ideias. Isso reflete o pensamento de que o Design vai além da estética, sendo um sistema de comunicação que se conecta com os usuários de forma simbólica e funcional.

Historicamente, a evolução do Design como atividade e como linguagem implicou no desenvolvimento do exemplar esteticamente satisfatório ou agradável, depois funcional, que possui uma boa ergonomia. Por fim, para o design que representa um ou mais conceitos. Portanto, considerando-se que o Design não produz apenas realidades tangíveis, mas projeta um conjunto de valores, ideias, um universo variado de significados, é preciso que haja um método para orientar essa concepção e criação de sentidos. Dessa forma, a Semiótica apresenta-se como um caminho para a projeção e expansão para uma realidade simbólica (participante 24).

O Design apareceu nas respostas principalmente como uma linguagem visual que comunica significados e ideias. Isso reflete a ideia de que o design vai além da estética, sendo um sistema de comunicação que se conecta com os usuários de forma simbólica e funcional. Isso foi lembrado por Lucy Niemeyer em suas dimensões do Design:

1) Sintática que define como os elementos do produto são organizados e suas relações formais; 2) Pragmática: como o usuário interage com o produto e o que ele consegue fazer com ele; 3) Semântica: o significado atribuído aos elementos do produto, como ele transmite valor e mensagem (Niemeyer, 2010, p.50-51).

Além de ser considerado uma forma de linguagem, o Design foi ressaltado em seus aspectos comunicacionais do projeto, que facilitem a relação do objeto com o usuário. A palavra comunicação se fez presente em várias respostas. Foram sugeridos como exemplo o processo de transmissão de mensagens, criação da identidade visual, facilidade na interação com o usuário (participante 1).

Em geral, o produto de design busca impactar um público específico. A semiótica é importante nos projetos da atividade porque seus conceitos permitem avaliar estes processos a fim de estabelecer as estratégias mais efetivas de comunicação para cada caso (participante 21).

A disciplina é “responsável pelo início do despertar do entendimento dos estudantes para a aceção do Design como linguagem” (participante 5). Auxilia na compreensão de conceitos, assertividade, desenvolvimento de técnica e composição (participante 6).

O participante 2 destacou como sendo de extrema relevância para o ensino de Design e explica.

Para produzir e compreender os artefatos tridimensionais, é fundamental que o discente seja capacitado a assimilar o que percebe, o objeto representado (ou confeccionado) e seu significado. Através da semiótica, podem ser percebidas e compreendidas as diferentes dimensões de um objeto (materiais, semânticas, sintáticas e pragmáticas). A identificação dessas dimensões permite entender como são construídos os sistemas de significação. Nesse contexto, o design é emissário e condutor de representações, configurando-se como uma forma de linguagem que comunica algo. Portanto, nas disciplinas que se concentram na construção de novos artefatos, bem como na interpretação dos já existentes, as bases da comunicação e da semiótica são essenciais (participante 2).

Alguns dos participantes reiteraram que os produtos possuem “simbologias em sua estética, forma de uso, embalagens etc. Da mesma forma, todo produto tem que ser lido, entendido e utilizado da melhor maneira pelo usuário” (participante 3). A afirmação corrobora com a pesquisadora, Lucy Niemeyer: “o produto de design é tratado como portador de representações, participante de um processo de comunicação” (Niemeyer, 2010, p. 19).

Em design, a concepção de um projeto não pode ser pensada sem a intenção de uma comunicação (2010, Niemeyer, p. 10).

Essa atividade pressupõe o reconhecimento das várias interfaces entre usuário e produto e da compreensão dos modos pelos quais esses interagem. Um dos principais objetivos dos designers é desenvolver artigos que possam ser entendidos, aceitos e bem recebidos por seus possíveis usuários. A partir de seus atributos (cores, formas, texturas etc.), um produto deve informar sobre

si próprio: expressar suas qualidades e características, informar para quem se dirige e para o que serve. A semiótica fornece uma base teórica que nos ajuda a resolver as questões comunicacionais envolvidas no processo de geração do sentido do produto. Trata-se, assim, de uma disciplina fundamental para a boa formação de um futuro profissional de design (participante 20).

Para a pesquisadora do campo da Semiótica e do Design (participante 7), “é fundamental compreender os processos de comunicação e significação, a fim de desenvolver projetos de design que visam comunicar uma mensagem para um público-alvo”. Isso foi reforçado pelo participante 15 “Um dos aspectos fundamentais do design é a efetivação dos objetos comunicacionais do projeto”. Isso foi ressaltado pelo participante 25. “A comunicação tem seu valor basicamente na capacidade de transmitir suas ideias com clareza (textualmente e visualmente). Já o estudo da Semiótica potencializa a boa interpretação de significados em projetos, ou na criação deles” (participante 25); daí a importância das “múltiplas possibilidades de comunicação”, durante a elaboração e execução de um projeto de design (participante 26).

Um grupo de participantes categorizou a Semiótica como o campo do conhecimento identificado como a Ciência dos Signos ou da interpretação em função do desenvolvimento de diversas competências tais como a interpretação de signos e símbolos, significados culturais, impacto emocional e comunicação visual, dentre outros. (participante 11). E como sendo uma aliada do designer na compreensão das possibilidades de sentido que os objetos podem gerar (participante 31).

A construção do olhar é fundamental para a profissão de design. (participante 10). Essa visão condiz com o que Lucia Santaella afirma em uma abordagem interpretativa e analítica da Semiótica para compreender os sistemas de significação no mundo quando considera “Semiótica como forma de olhar o mundo” (Santaella, 1983, p.5).

A necessidade de interpretação desses aspectos cognitivos do projeto de design por parte do designer e do usuário foi lembrada no trecho abaixo.

A natureza semântica (tipologia, usabilidade) e semiótica (simbólica) dos atributos do produto deve ser apresentada e aplicada pelos estudantes na análise, crítica e criação de produtos para que seus projetos apresentem conexão com os processos cognitivos e de interpretação do público ao qual se destina (participante 32).

É essencial que o designer compreenda o significado das imagens e como o receptor poderá compreender” (participante 22). Além de fortalecer os processos de interpretação do

objeto/produto, “o estudo do signo amplia a criação de novas experiências visuais tanto na imagem quanto em outros projetos gráficos de design” (participante 8).

A partir do entendimento da semiótica, o designer (principalmente designer gráfico), terá a propriedade de avaliar como as representações ou signos impactam positiva ou negativamente no cotidiano do usuário ou receptor. A semiótica é uma ferramenta de trabalho muito adequada para o profissional do design (participante 30).

Conhecer os aspectos culturais da sociedade, estabelecendo conexões com o contexto em que os objetos são criados também é fundamental para o profissional de design. E a Semiótica aparece como capaz de interpretar esses significados, facilitando a relação com o usuário.

A semiótica, que estuda os signos e seus significados, permite que os designers compreendam como diferentes elementos visuais e textuais podem ser interpretados pelos usuários, assegurando que a mensagem transmitida seja clara e eficaz. Além disso, possibilita que os designers considerem contextos culturais e sociais, ajustando seus projetos para ressoarem com públicos específicos, o que é essencial em um mundo globalizado onde os significados podem variar drasticamente entre diferentes culturas (participante 33).

Identificou-se que o desenvolvimento projetual do design sugere a leitura, interpretação e composição de signos. “Ter ciência e clareza disso instrumentaliza os estudantes a projetarem de modo mais embasado e sem achismos”, como lembra o participante 41.

Myrla Lopes Torres, em seu artigo "A relevância do estudo da teoria da comunicação e da semiótica na formação e no aperfeiçoamento do profissional de design", já destacava que o conhecimento em Teoria da Comunicação e Semiótica é fundamental para que designers desenvolvam projetos que atendam aos requisitos de significação e compreensão pelo público-alvo (Torres, 2006).

A importância de conectar a Semiótica com outras disciplinas no curso de Design é reconhecida nas respostas. Os participantes sugerem que uma abordagem integrada fortalece o entendimento e a aplicação prática dos conceitos semióticos.

Na visão do participante 4, poderiam existir no curso de Design mais disciplinas que aplicam a Semiótica para que o estudante tivesse uma visão mais ampla sobre a sua prática enquanto designer. “Há a necessidade de uma interdisciplinaridade dos conteúdos com a disciplina específica de Semiótica, especialmente pensando que, na contemporaneidade, a

leitura de signos e símbolos se mostra de extrema importância para compreensão do mundo” (participante 4).

O respondente 18 concorda: “Os conteúdos são importantes, porém abordados de forma transversal” (participante 18). Débora Cardoso e Wânia de Araújo já apontaram a característica interdisciplinar do Design como um “campo aberto é fértil para diálogos com outras áreas do conhecimento e outras disciplinas” (Cardoso; Araújo, 2018, p. 803). Patrícia Ferreira e Rita Couto defendem essa interdisciplinaridade no Design:

Podemos então dizer que o olhar do design se constitui na interpretação de conhecimentos trazidos de outras áreas, tais como as da arte, educação, informática, ergonomia, sistemas de produção, estética, mercado, comunicação e tantas outras quantas o objeto de estudo demandar (Ferreira; Couto, 2012).

As respostas indicam a necessidade de maior interdisciplinaridade no curso, apontando que “a leitura de signos e símbolos é essencial no mundo contemporâneo” (participante 4). E que os conteúdos semióticos são abordados de maneira transversal, embora haja a necessidade de aprofundamento e integração entre as disciplinas (participante 18). A relevância da Semiótica no design foi reconhecida, embora, muitas vezes haja a falta de compreensão de sua importância por alunos e docentes; o que pode limitar seu impacto (participante 27).

A necessidade de interação entre teoria e prática no curso de Design foi ressaltada pelo participante 28. Para ele, é necessário mesclar para que o curso não fique excessivamente teórico nem muito prático.

A Semiótica é um componente teórico importante para compreender o papel da imagem em um projeto. Ajuda a compreender as diversas formas de leitura que um usuário pode ter, como base na imagem projetada. Mas às vezes há um exagero (ou até mesmo uma supervalorização) nos cursos de Design. Acredito que a produção de conhecimento em Design provém da prática. A Semiótica ajuda, mas não deve se sobrepor a outras habilidades, como, por exemplo, a prática do desenho manual e digital. Deve haver um equilíbrio para que um curso não seja excessivamente teórico (muita Semiótica) ou extremamente técnico (só com ensino de softwares, por exemplo) (participante 28).

Segundo os participantes, a Semiótica auxilia na formação conceitual dos ensaios e projetos desenvolvidos no curso de bacharelado. “A Semiótica é fundamental na elaboração e

execução de projetos de Design, pois influencia diretamente a clareza e a eficácia com que os conceitos são transmitidos e compreendidos pelo público-alvo” (participante 33).

Uma das respostas lembrou que os projetos práticos de design necessitam conhecimento de linguagem não verbal (participante 9) e a Comunicação e Semiótica pode auxiliar nisso desde o planejamento até a concepção geral do projeto (participante 12). Houve o entendimento de que os conhecimentos sobre a Comunicação e Semiótica são importantes para a formação de um profissional que atue no campo do design, expandindo sua visão crítica e analítica das diferentes linguagens que emprega em sua prática profissional.

Os conhecimentos desses campos não são sempre necessários para elaborar ou executar projetos de design, mas são fundamentais para pensar sobre os projetos enquanto produção de sentido, para teorizar sobre o papel social do design, para pesquisar no campo do design etc. Em alguns tipos de projetos, a semiótica em especial pode assumir um papel mais proeminente, em particular em projetos de desenvolvimento de identidade visual e posicionamento de marca (isto é, projetos de branding). Mas não penso que o objetivo de um bacharelado em design seja apenas treinar alunos para a elaboração e execução de projetos de design; deve-se também formar alunos que façam crítica do design, pesquisa em design, que saibam teorizar sobre o campo e se pronunciar publicamente sobre a profissão (participante 13).

A Semiótica aparece como sendo fundamental na elaboração e execução de projetos de Design, pois influencia diretamente a clareza e a eficácia com que os conceitos são transmitidos e compreendidos pelo público-alvo (participante 33). “Para as áreas de design projetuais, o conhecimento de Semiótica é essencial para o desenvolvimento de linguagem projetual e para análise e estudos de casos” (participante 39). Segundo o participante, o projeto fica mais completo e pode possibilitar ao estudante mais segurança no que se refere às questões mais subjetivas do design (participante 29).

Os conteúdos contribuem para a “criação de projetos visualmente coesos e que comunicam uma identidade de marca consistente” (participante 33). Para ele, a escolha cuidadosa de cores, tipografias, formas e outros elementos visuais, baseada na Semiótica, reforça a mensagem e a funcionalidade do design (participante 33).

A comunicação “pode ser utilizada para engajar e persuadir os usuários, especialmente em áreas como design gráfico e de produto, onde uma narrativa visual bem construída pode guiar o usuário através de uma experiência, aumentando o impacto do design” (participante 33).

Ela dispõe de elementos centrais no design, para que a mensagem, a identidade e a funcionalidade sejam transmitidas de forma clara, coesa e culturalmente relevante. Elas não apenas auxiliam, mas são essenciais para a criação de projetos de design” (participante 33).

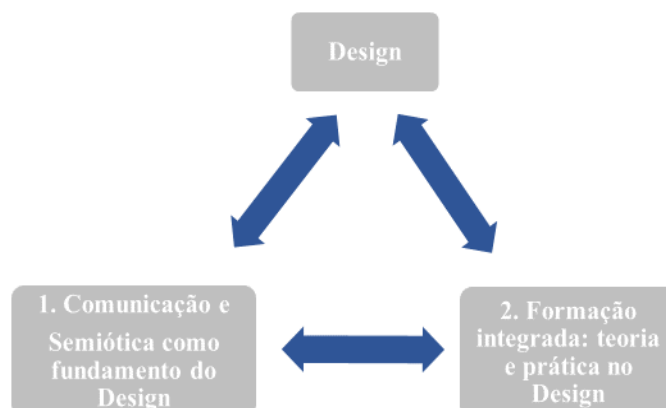
Além disso, “a semiótica pode auxiliar na compreensão dos significados de produtos e marcas concorrentes e a perceber se o resultado de um projeto desenvolvido está de acordo com as especificações do briefing” (participante 37). E os seus conhecimentos podem ir para além da sala de aula. “A semiótica é parte do nosso dia a dia, saber interpretar dentro e fora de sala de aula traz muitos benefícios aos alunos, no profissional e pessoal” (participante 42).

A questão discursiva 2 revelou diferentes formas práticas de conceitos de integração da Comunicação e Semiótica ao campo projetual. A pergunta foi: “como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser aplicados ao Design? Dê exemplos práticos”.

As respostas destacam que os conteúdos dessas disciplinas são essenciais no processo de transmissão de mensagens e o fornecimento de ferramentas para decodificação e construção de significados nos projetos de design. A comunicação perpassa todas as etapas do processo criativo, desde a concepção até a entrega do projeto final. No Design, a comunicação é tanto o meio quanto o objetivo. Conecta os projetos aos seus públicos-alvo e assegura que elementos visuais, funcionais e simbólicos produzam impacto e significado (resumo das falas dos participantes).

Após análise de todas as respostas da questão 2, foram identificados dois padrões em que se enquadram a aplicação dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no Design, conforme figura a seguir.

Figura 17 - Padrões da aplicação dos conteúdos de Comunicação e Semiótica ao Design



Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Para o estudo das questões abertas levou-se em conta a junção entre Comunicação e Semiótica. Para Santaella, se toda e qualquer mensagem é composta por signos, a Comunicação e Semiótica estão ligadas em vários pontos.

Argumenta-se que a comunicação não deve ser reduzida à transmissão de mensagens. Embora isso seja verdadeiro, também não se pode negar que, sem a transmissão de algum tipo de mensagem, não há comunicação. Ora, se não estivermos presos à visão muito vaga e pobre de que aquilo que uma mensagem transmite é informação, e se também não estivermos limitados a uma concepção linguocêntrica do signo, pode-se afirmar que toda e qualquer mensagem é feita de signos das mais variadas espécies. De fato, signos são os materiais de que as mensagens são feitas. Se a semiótica estuda os signos, o ponto em que comunicação e semiótica se cruzam aí fica nítido (Santaella, 2004, p. 77)

As respostas apontaram para um consenso de que os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser aplicados em diversas disciplinas do Design já que o curso estimula a prática projetual e a criação de artefatos.

O uso da Comunicação e Semiótica no design, para além de serem condensados em uma disciplina específica, integram outros conteúdos curriculares, pois na projeção, é indispensável que se compreenda a estruturação sónica dos artefatos projetados (participante 2).

O participante ressaltou os elementos e princípios do design como cores, formas, materiais, texturas, harmonia e equilíbrio, entre outros – que configuram o vestuário, podem ser descritos e caracterizados. “Nesse processo, são inferidas questões sobre suas qualidades

expressivas e representacionais, bem como as finalidades de confecção e uso” (participante 2) e como exemplo prático lembrou:

Na disciplina de Desenho Geométrico, o estudo dos elementos da Semiótica aplicados ao design possibilita a visualização e interpretação das formas geométricas e suas proporções no contexto de diferentes objetos, refletindo sobre o paradigma significativo do design (participante 2).

A resposta do participante 11 corrobora a afirmação acima. Os conceitos podem ser diretamente aplicados nas definições das características dos produtos de maneira que comuniquem significados que sejam desejáveis e sejam percebidos como valor pelo público (participante 11). Os conceitos deveriam aparecer como “requisitos de projeto”, no briefing, e serem considerados desde a conceituação e as gerações de alternativas. Nas disciplinas de projeto, considero que deveriam fazer parte das análises e orientações dos professores” (participante 3).

Os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem contribuir na integração dos assuntos trabalhados, permitindo a criação de mensagens visuais “para a compreensão de como os signos são interpretados e como as teorias da comunicação podem desenvolver estratégias direcionadas ao público-alvo e contribuir com a prática profissional” (participante 4). Segundo o participante, essa aplicação ainda auxilia “nas construções das narrativas visuais envolventes, interfaces intuitivas e experiências de usuário aprimoradas - sobretudo pensando na pluralidade e diversidade”. A aplicabilidade contribui para a elaboração de pesquisa de mercado e análise cultural, “permitindo aos designers/discentes a adaptarem suas criações, equilibrando estética e funcionalidade, e garantindo a transmissão de mensagens” (participante 4). Isso faz com que a criação do projeto aconteça com mais propriedade e exploração do potencial dos signos e imagens (participante 6).

Foi identificado que os alunos precisam compreender como os produtos de design representam os conceitos definidos no briefing e que a escolha de suas características perceptivas determina se essa representação é eficiente. Também se mostra importante que eles entendam como os interpretantes gerados dependem do repertório do público e do contexto social em que são criados (participante 7).

Para o participante 8, primeiro a Semiótica contribui para “o entendimento do sentido das imagens selecionadas para a criação de ensaios e projetos; com a identificação de diferentes fatores envolvidos na construção dos signos”. E, no momento seguinte, “contribui para a

idealização e articulação dos processos de criação de novas imagens, tanto em ensaios quanto em projetos gráficos”. Neste caso, ela “facilita a compreensão da imagem analisada e, depois, oferece um caminho para o planejamento e organização de um novo trabalho” (participante 8). Assim, podem ser diretamente aplicados nas definições das características dos produtos “de maneira que comuniquem significados que sejam desejáveis e sejam percebidos como valor pelo público” (participante 11).

Na constituição semântica e simbólica dos produtos, os conceitos de Comunicação e Semiótica são aplicados para a constituição dos elementos que representam a identidade e a natureza utilitária do produto além de seus aspectos de usabilidade (participante 32). Para ele, “os significados são inerentes ao que o produto apresenta em sua constituição tangível”.

Por exemplo: o que caracteriza o produto, sua função e sua utilização. No segundo caso, os significados são projetados nos produtos, não tendo necessariamente uma relação com seus aspectos funcionais inerentes. Por exemplo, quando associamos características humanas ou comportamentais ao produto (participante 32).

A Semiótica também aparece como forma e método de análise para todos os tipos de linguagem, conforme também já mencionado no padrão da questão 1 sobre a relação do Design como linguagem comunicacional.

A semiótica de extração peirceana fornece definições e classificações para análise de todos os tipos de linguagem e de signos. Ela fornece um importante instrumental teórico que nos permite averiguar os modos como as mensagens são engendradas e os procedimentos e recursos nelas utilizados. As definições e classificações abstratas dos signos podem atuar como princípios guias para métodos de análise e construção de mensagens em produtos de design (participante 20).

Foram considerados essenciais os conceitos de “linguagem, categorias fenomenológicas, signo, suas partes e seus tipos” (participante 24).

A abordagem deve ser teórico-prática, com a proposição de desenvolvimento de objetos de design, analógicos ou digitais, de modo que os (as) estudantes possam observar o momento fenomenológico, a constituição do signo, os pontos de vista do signo (seus diferentes tipos, de acordo com o que se procura contemplar: seu objeto, seu interpretante, ele mesmo) (participante 24).

Alguns dos participantes reforçaram a importância da aplicação dos conceitos ao design gráfico.

Acredito que o melhor cenário para a aplicação da Semiótica é no campo do Design Gráfico / Design Visual (construção de identidades visuais, marcas e interfaces). O Design de Produto também contempla a semiótica, talvez mais na sua espacialidade (estudos de forma), prioritariamente, mas talvez instigue maiores desafios/dificuldades do que no Design Gráfico. Por sua vez, a Comunicação é igualmente explorada em qualquer área do Design (apresentação de resultados para clientes) (participante 25).

O design gráfico foi apontado principalmente no que se refere à criação de identidades visuais.

Os elementos gráficos da nova configuração são selecionados de forma a produzir nos receptores uma experiência sónica de primeiridade. Ao contrário, quando se deseja renovar a representação de tal modo que o novo desenho guarde vínculos com o anterior, a configuração é estabelecida via recursos de terceiridade (participante 21).

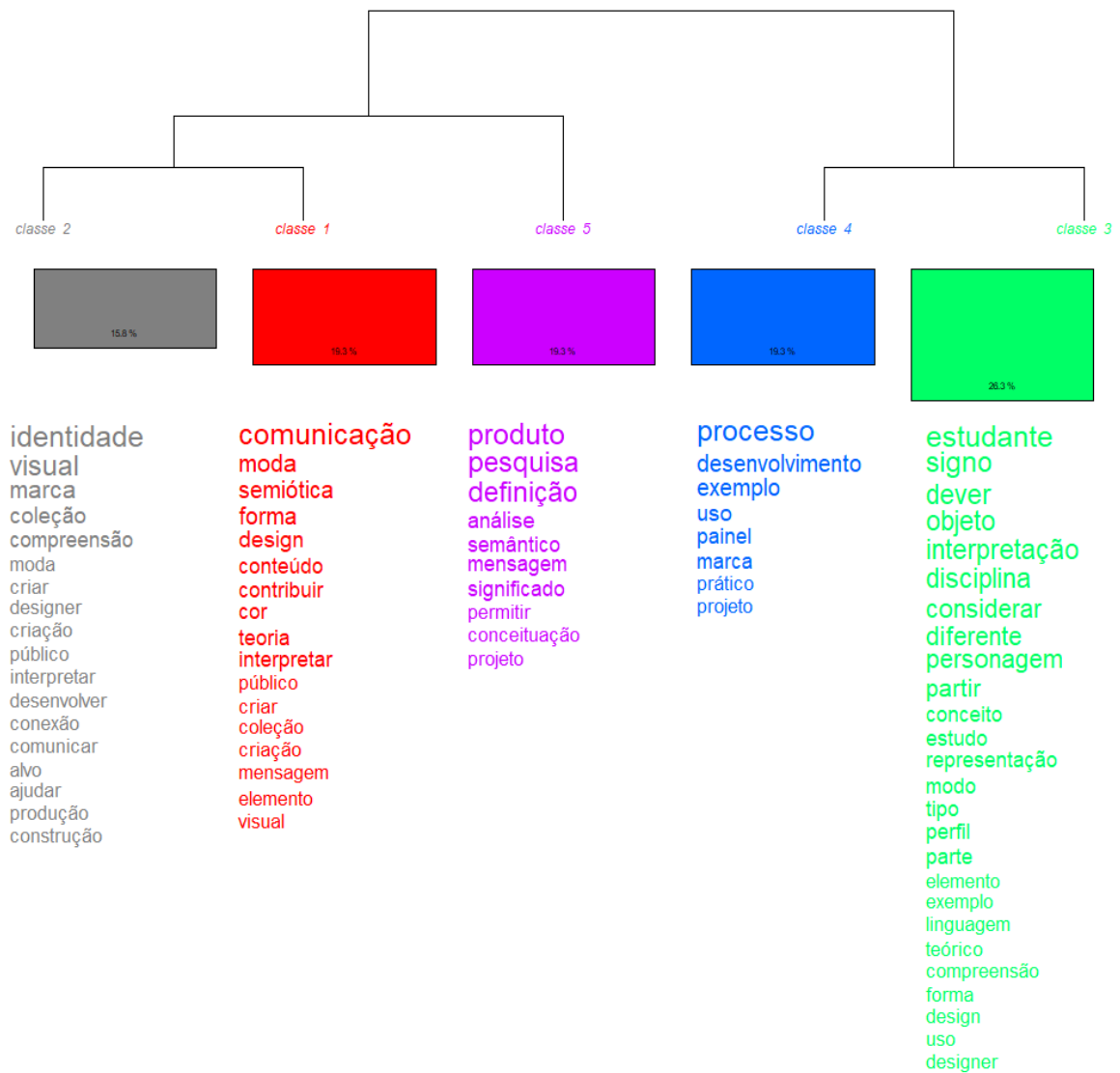
A seguir, apresenta-se um resumo dos principais exemplos práticos de aplicação dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no Design apresentados pelos participantes.

- Definição de conceitos no briefing
- Desenvolvimento de marca e seus códigos não textuais (participante 9)
- Definições de características de produtos que comuniquem significados desejáveis e percebidos como valor pelo público (participante 11)
- Produção de sentidos em peças gráficas (participante 14)
- Conceituação de projetos
- Projetos de sinalização, editoração física e digital, publicitários (participante 16); identidade visual (participante 22)
- Estratégias de representação para gerar interpretações adequadas (participante 15)
- Análise de tipologias e classes de processos semióticos, tipologias de inferência e associações com classes de processos semióticos, automatização (IA generativa) de processos a partir de classes de processos, no desenvolvimento (e concepção) de projetos de design (participante 12)
- Atualização de identidades visuais (participante 21).
- Pesquisa aplicada e projetos (participante 18)
- Na análise de designs existentes, formação de repertório, leitura e criação de mensagens direcionadas a nichos específicos (participante 29)

- Apoio nas decisões de projeto quanto aos aspectos comunicativos dos produtos (participante 31).

A representação abaixo reforça visualmente o que as respostas dos participantes demonstraram sobre a relevância dos conteúdos de Comunicação e Semiótica em todo o processo de projetar em design. “Na fase de pesquisa, de construção de painéis semânticos, na geração de alternativas, na definição da solução” (participante 41). Vocábulos como “compreensão, interpretação, teoria mensagem, elemento visual, análise, semântico, significado, signo, representação e conceito” aparecem no primeiro padrão encontrado em que a Comunicação e Semiótica aparecem como fundamento no design para o campo teórico e as palavras “criação, desenvolvimento, processo” estão relacionadas ao padrão Comunicação integrada: teoria e prática no design.

Figura 18 - Dendrograma de classificação



Fonte: Elaborada pela autora (2024).

A seguir, apresentam-se os comandos que foram dados ao software Iramuteq para a construção da imagem representativa do dendrograma.

Figura 19 - Dados de processamento das respostas da questão 2

Description Tais questão 2_corpus_1 x	
Descrição do corpus	
Nom	Tais questão 2_corpus_1
Idioma	portuguese
Definir caracteres	utf_8_sig
originalpath	C:\Users\Lenovo\Desktop\Dados Tais\Tais questão 2.txt
pathout	C:\Users\Lenovo\Desktop\Dados Tais\Tais questão 2_corpus_1
date	Fri Nov 29 10:53:19 2024
time	0h 0m 0s
Paramètres	
ucemethod	1
ucesize	40
keep_caract	^a-zA-Z0-9àÁâÃäÅæÉêËëÏìíîïóÔõÖöØøÙúÛüÝýßœÇÈÑ.,;!?_ -
expressions	1
Statistiques	
Number of texts	42
Number of text segments	80
occurrences	2297
Number of forms	822
Número de hapax	562 - 68.37 % des formes - 24.47 % des occurrences

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Abaixo, estão as palavras que mais se repetiram nas respostas.

Figura 20 - Palavras que mais se repetem nas respostas da questão 2

Forma	Freq. 	Tipos	Forma	Freq. 	Tipos
design	33	nom	conceito	7	nom
semiótica	24	nom	gráfico	7	nom
visual	18	adj	partir	7	ver
exemplo	16	nom	produção	7	nom
produto	16	nom	significado	7	nom
análise	15	nom	associação	6	nom
comunicação	15	nom	coleção	6	nom
signo	14	nom	considerar	6	ver
marca	13	nom	conteúdo	6	nom
construção	12	nom	criar	6	ver
projeto	12	nom	disciplina	6	nom
criação	11	nom	painel	6	nom
identidade	11	nom	aplicação	5	nom
processo	11	nom	compreensão	5	nom
forma	10	nom	contexto	5	nom
linguagem	9	nom	contribuir	5	ver
moda	9	nom	desenvolvimento	5	nom
aplicar	8	ver	designer	5	nom
elemento	8	nom	dever	5	ver
imagem	8	nom	entender	5	ver
mensagem	8	nom	estudante	5	nom
prático	8	adj	novo	5	adj
público	8	nom	representação	5	nom

Fonte: Elaborada pela autora (2024).

6. PROPOSTA DE CRIAÇÃO DOS EIXOS DE CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN NO BRASIL

A finalidade deste capítulo, em consonância com o objetivo geral da tese, foi propor a criação de eixos de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil. Primeiro, faz-se necessária a explicação do que se considera “eixo comum de conteúdos”.

Chamou-se eixo de conteúdos um conjunto de temas/assuntos que são considerados imprescindíveis para a formação em Design e como podem ser inseridos ao longo do curso. A partir do estudo das legislações sobre a educação brasileira e das Diretrizes curriculares nacionais do curso de Design, foi possível perceber como são escolhidos os conteúdos a serem trabalhados no ensino fundamental, médio e superior no Brasil. Os eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica para um curso de Bacharelado em Design estão estruturados para seguir uma linha progressiva, da percepção à prática, contemplando os conceitos fundamentais, teorias, experimentações e aplicações no Design.

O estudo das matrizes curriculares e Projeto Político-pedagógicos dos cursos de Design permitiu uma visão geral sobre como as instituições nacionais pensam a lógica das graduações e a distribuição dos conteúdos com base no perfil de egresso a que se propõem. Percebeu-se que há uma variedade na maneira como estabelecem as relações entre os conteúdos, mas é mantida a proposta das Diretrizes curriculares nacionais entre conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos. Mudam-se a forma e o que é considerado em cada etapa.

Além da pesquisa documental nas legislações que orientam a educação no Brasil, foi necessário o estudo dos Planos Político Pedagógico das Instituições, especialmente no que se refere às distribuições das disciplinas, eixos norteadores dos cursos, a fim de verificar como os conteúdos de Comunicação e Semiótica se enquadram nesse contexto. Isso foi essencial para compreender a lógica que perpassa pelo ensino de Design no Brasil e que está registrado nos documentos que orientam os cursos.

Também foi necessário perceber como os professores dos cursos de Design, das disciplinas específicas de Comunicação e Semiótica e coordenações compreendem esse processo. Com as respostas dos questionários, confrontou-se a realidade observada na pesquisa documental com o que ocorre na prática; além do acolhimento de sugestões sobre como os

conteúdos podem ser aplicados em projetos de Design e implementados durante a graduação em Design.

Importante ressaltar que, com as sugestões apresentadas, não se deseja interferir em projetos pedagógicos de cursos, nem propor alterações de metodologias de docentes em sala de aula e, muito menos, impor conteúdos como obrigatórios a serem utilizados nessas graduações. Trata-se de uma proposta de possibilidades de inserção desses conteúdos no curso e de como eles poderiam estar interligados de forma transdisciplinar em outras disciplinas, mesmo que de forma indireta. Dessa maneira, a teoria e a prática poderiam estar aliadas em projetos de Design. Essa necessidade foi apontada pelos respondentes dos questionários e relatados durante a pesquisa.

Com base nos estudos das matrizes curriculares e dos Projetos Pedagógicos das instituições estudadas, percebeu-se uma variedade muito grande dos assuntos trabalhados, desde os conceitos até a distribuição de carga horária, natureza das disciplinas e de como aparecem nas matrizes. Evidenciou-se, ainda, o atendimento às expertises das graduações propostas nos Projetos Pedagógicos.

E, apesar de os conteúdos de Comunicação e Semiótica contarem como obrigatórios nas diretrizes do Exame Nacional de Desempenho (ENADE), as instituições têm liberdade para criar suas formas de trabalhá-los nos documentos que regem os cursos, como também, nas salas de aula há o livre-arbítrio dos docentes. Essa autonomia no processo ensino-aprendizagem, tendo os docentes como mediadores, foi observada nas respostas sobre a importância do ensino de Comunicação e Semiótica para o Design e como os conteúdos podem ser aplicados aos projetos de Design.

Admite-se que o conhecimento sobre a área, bem como a diversidade na formação dos professores nem sempre possibilita que o profissional se aprofunde em questões relacionadas à Comunicação e Semiótica. E nem é essa a questão. O intuito foi demonstrar, com base no que se apresentou no referencial teórico desta tese, as relações entre as áreas de Design e Comunicação e Semiótica. A fundamentação do campo como base teórica e a proximidade com o Design desde os primeiros cursos de graduação no Brasil reforçam essa ligação entre elas.

Para se fazer a proposição das possibilidades de inserção dos conteúdos de uma área em um curso de ensino superior, a observação sobre alguns documentos que regem a educação no país foi necessária. Pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), criada pelo Ministério da

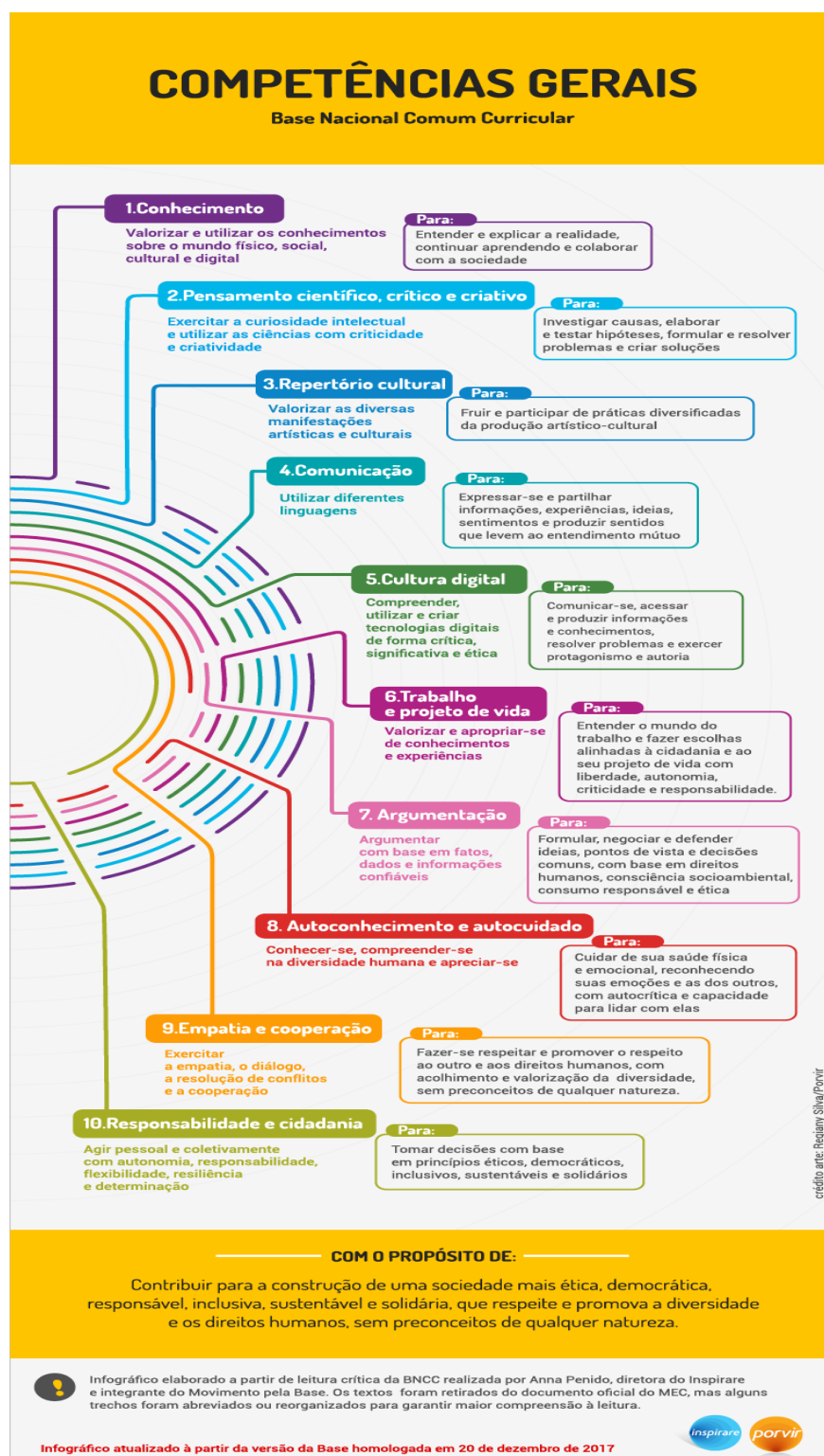
Educação, foi possível entender como são escolhidos os assuntos e áreas a serem trabalhadas na Educação Infantil e no Ensino Fundamental e Ensino Médio, em 2018. Trata-se de um texto normativo que apresenta as diretrizes para a educação básica no Brasil.

O documento apresenta o foco e competências e habilidades a serem desenvolvidas pelos estudantes. Pela BNCC, espera-se que o conhecimento do estudante deva estar embasado em: saber (conhecimento), fazer (habilidades) e ser (atitudes). Para isso, está organizado em áreas do conhecimento e propõe uma integração entre as disciplinas. A proposta é promover o desenvolvimento integral dos estudantes (Brasil, 2018, p. 6), respeitando a diversidade cultural e os contextos regionais em que as instituições atuam. Os conteúdos foram escolhidos com base em audiências públicas e consultas à sociedade. Foram realizadas audiências em várias regiões do Brasil para coletar sugestões. Os temas foram selecionados de acordo com as competências e habilidades que os estudantes devem desenvolver ao longo das etapas da Educação Básica: Infantil e Ensino Fundamental. O resultado deveria refletir as necessidades e interesses do cenário brasileiro. O documento tensiona ainda a reflexão sobre a necessidade de um ensino transversal como o defendido nesta tese no caso do ensino de Comunicação e Semiótica no Design.

§1º Os currículos devem incluir a abordagem, de forma transversal e integradora, de temas exigidos por legislação e normas específicas, e temas contemporâneos relevantes para o desenvolvimento da cidadania, que afetam a vida humana em escala local, regional e global (...) (Brasil, 2018, p. 6).

O infográfico criado pelo Instituto Porvir apresenta as 10 competências gerais da educação.

Figura 22 - Modelo das competências gerais da Base Nacional Comum Curricular



Fonte: Instituto Porvir¹³.

¹³ [Instituto Porvir](https://www.instituto-porvir.org.br/). Acesso em 8 abr. 2025.

No infográfico é possível verificar que a “Comunicação” aparece como uma das competências gerais da educação a ser desenvolvida pelo estudante no sentido de que ele saiba utilizar as diferentes linguagens para que possa “transmitir informações, ideias, experiências que o auxilie na produção de sentidos para o entendimento mútuo” (2017).

Já as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design estabelecidas em 2004 pelo Ministério da Educação levaram em consideração o Conselho Nacional de Educação e a Câmara de Ensino Superior. O documento foi aprovado em 3 de abril de 2002, sendo homologado em 4 de março de 2004, com a publicação no Diário Oficial da União em 1º de abril de 2004, Seção 1, p. 19 (Brasil, 2004).

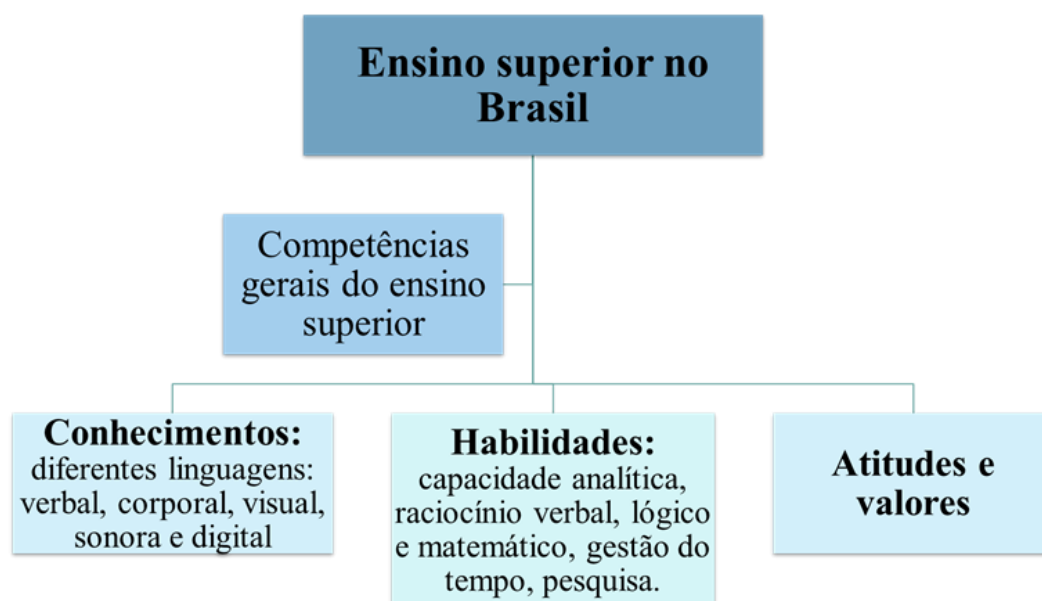
A publicação trouxe as Diretrizes com o perfil do profissional de Design e o que seria imprescindível para a sua formação. Por esse documento, o perfil do profissional desejado já pensa na importância de se conhecer o contexto histórico da sociedade da época. Os hábitos culturais, o desenvolvimento das regiões e as características dos usuários passam a ser uma preocupação da preparação do profissional designer. Esse tema foi apresentado no item 3.2 desta tese intitulado “A formação em Design no Brasil”.

6.1. DISTRIBUIÇÃO DOS CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

As diretrizes da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e as Diretrizes Curriculares Nacionais para o ensino superior e a que trata especificamente da regulamentação dos cursos de Design no Brasil (2004) apontam os caminhos para a educação no Brasil em todos os níveis. Pelos documentos, é possível ter uma noção da estrutura e proposta do que é fundamental para os estudantes desde a educação infantil, fundamental, médio e ensino superior. Defendem o direito à aprendizagem e desenvolvimento do estudante, ressaltando a necessidade do campo de experiência. Esse “campo da experiência” proposto na BNCC poderia ser associado no caso do ensino superior, especialmente no Design, às disciplinas práticas e àquelas que permitem a aplicação dos conhecimentos teóricos, ou até mesmo nos estágios e atividades extracurriculares.

Na figura abaixo, apresenta-se um resumo das competências, habilidades e valores propostos pela BNCC para o ensino superior no Brasil, já pensando naquelas em que o ensino de Comunicação e Semiótica poderia dar suporte nos cursos de Design, por meio dos conteúdos trabalhados.

Figura 23 - Competências gerais do ensino superior no Brasil

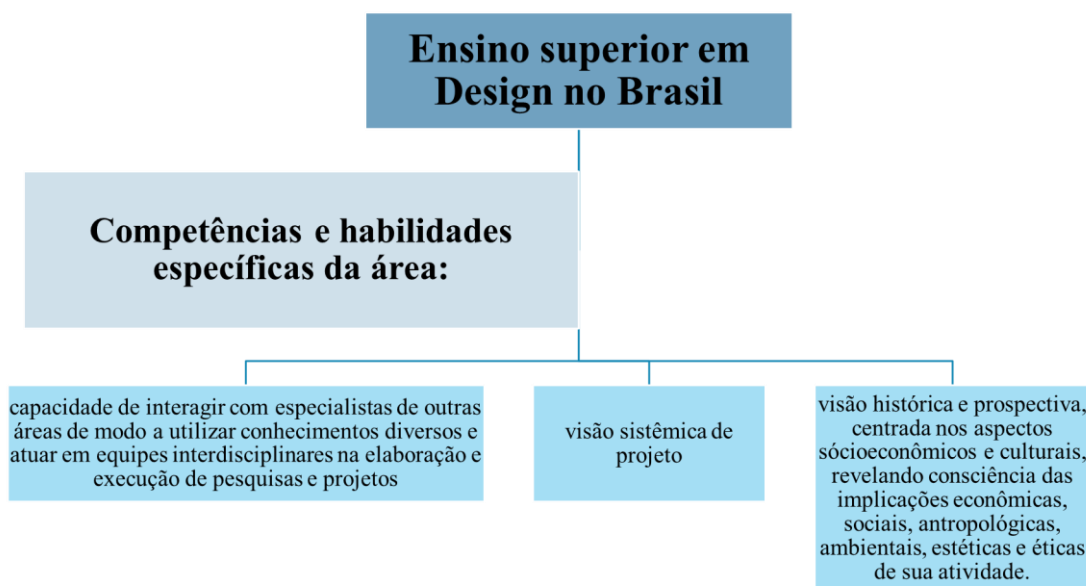


Fonte: Elaborado pela autora com base na BNCC (2025).

A partir da identificação de que o estudante de ensino superior precisa ter conhecimentos de diferentes linguagens: verbal, corporal, visual, sonora e digital, verificaram-se pistas já para a proposta final da tese, uma vez que o referencial teórico apontou que a Comunicação e Semiótica possibilita a interpretação de diferentes linguagens. E que o Design é considerado uma linguagem e, portanto, capaz de ser estudado sob o ponto de vista da Comunicação e Semiótica. Considerou-se, por fim, o Design como um fenômeno semiótico comunicacional.

Na figura abaixo, foram identificadas as competências e habilidades propostas nas Diretrizes Curriculares nacionais para o curso de Design e que também podem ser desenvolvidas pelos conteúdos de Comunicação e Semiótica.

Figura 24 - Competências e habilidades a serem desenvolvidas no ensino superior em Design



Fonte: Elaborado pela autora com base nas DCNs de Design (2025).

O Design aparece novamente como área interdisciplinar, mostrando a necessidade de interação com outros setores do conhecimento para a elaboração de projetos que apresentem uma visão sistêmica do campo. Para isso, é importante a concepção de um estudo do contexto socioeconômico, social e cultural da sociedade. Os aspectos estéticos também são ressaltados e podem ser apresentados pela Comunicação e Semiótica quando do estudo das dimensões de comunicação de um produto já discutidas no capítulo teórico desta tese.

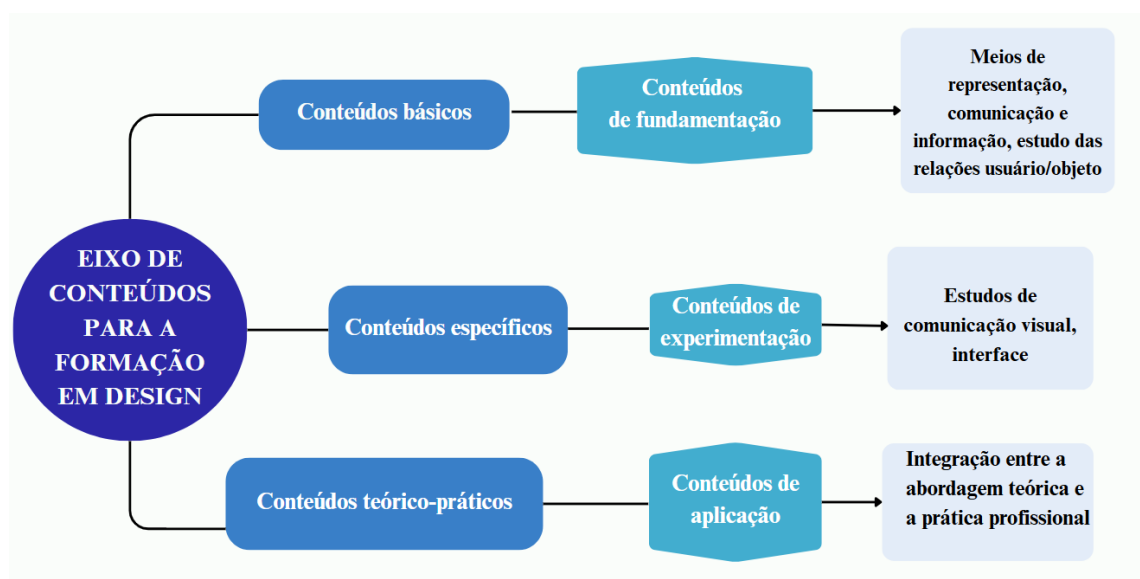
A partir do entendimento sobre como funciona a escolha e ordenação dos conteúdos no ensino básico, fundamental, médio e superior no Brasil, e com base nas diretrizes específicas de Design, foi possível estabelecer parâmetros para a proposição de uma lógica em que possa ser criado um eixo de conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de Design no Brasil. Essa lógica de distribuição está ancorada no ensino superior em Design.

A seleção de conteúdos obrigatórios nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) para o curso de Bacharelado em Design segue as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) definidas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) e pelo Ministério da Educação (MEC). Esses conteúdos são estabelecidos para garantir uma formação mínima comum a todos os cursos de Design no Brasil, enquanto permitem flexibilidade para as Instituições de Ensino Superior (IES)

adaptarem parte da grade curricular às suas especificidades, como perfil regional, infraestrutura, perfil dos docentes, dentre outros. Assim, são pensados de acordo com as DCNs, as habilidades exigidas pelo mercado e novamente a preocupação com o contexto em que as instituições de ensino superior estão inseridas e em consonância com o perfil desejado do egresso. As DCNs para Design não listam disciplinas específicas, mas sim núcleos de formação (núcleos básico, profissional e integrador) e competências.

Antes de se definir o eixo de conteúdos de Comunicação e Semiótica, foi importante identificar o eixo para a formação em Design que estão presentes nas Diretrizes e estão relacionados aos estudos de Comunicação e Semiótica. Na figura abaixo, os conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos foram associados a conteúdos de fundamentação, experimentação e de aplicação. Foram selecionados para a terceira representação, os conteúdos que tratam das habilidades e competências que podem ser desenvolvidas pelo estudante de Design por meio do aprendizado dos conteúdos de Comunicação e Semiótica.

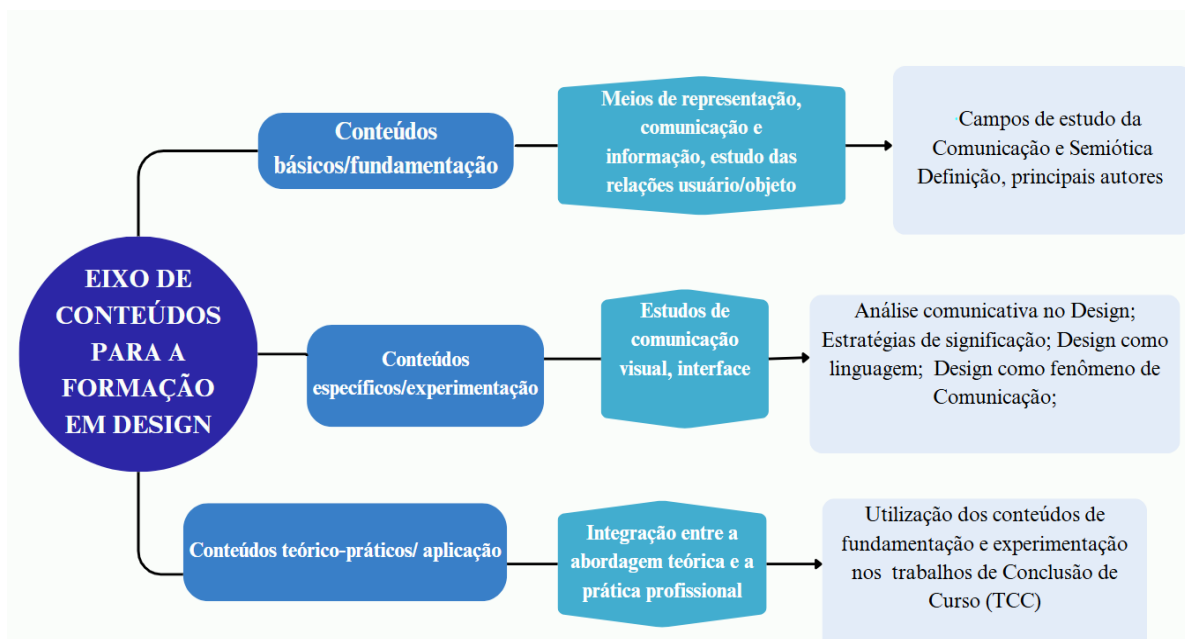
Figura 25 - Distribuição de conteúdos de acordo com a BNCC de Design



Fonte: Elaborado pela autora com base nos DCNs do curso de Design.

Após a seleção dos temas presentes nas Diretrizes Curriculares nacionais dos cursos de Design que podem ser trabalhados pelos conteúdos de Comunicação e Semiótica, passou-se a pensar no que seria importante para o conhecimento do graduando em Design nessa área.

Figura 26 - Distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica para o curso de Design



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Observa-se que a representação da figura e toda a distribuição do conteúdo e representação dele estão embasados no processo de raciocínio lógico do teórico Charles Sanders Peirce, respeitando a tríade Peirceana e a fundamentação teórica desta tese. Toda a distribuição do conteúdo, bem como sua aplicação aparecem em três etapas. A trilogia do pensamento lógico de Charles Sanders Peirce está fundamentada em uma concepção triádica da realidade e do conhecimento, expressa pelos conceitos de primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade diz respeito à qualidade da sensação imediata, da possibilidade, do que é sentido de imediato da espontaneidade; daí, no caso da representação abaixo, estar associada à etapa dos conteúdos básicos de fundamentação.

A secundidade, por sua vez, está relacionada ao momento de confronto dos pensamentos, momento da dúvida, da resistência entre o sujeito e o objeto. Essa etapa estaria relacionada ao momento em que o estudante passa a ter contatos com os conteúdos específicos do curso de graduação que escolheu, onde ele começa a experimentar os assuntos teóricos e a interpretar, com um pouco mais de autonomia, sobre o que aprendeu.

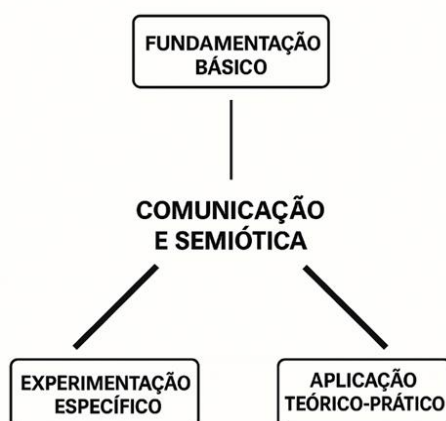
Já a terceiridade, representa a mediação, a lei e a generalização, das interpretações e da continuidade. Nessa lógica, trata-se do momento de o estudante aplicar, de forma mais

desenvolvida, o que vem aprendendo ao longo do curso e em todas as etapas dos projetos de Design. É a fase teórico-prática e de aplicação. Essa estrutura fenomenológica serve de base para a teoria dos signos de Peirce. O signo, em sua primeiridade, possui uma qualidade representativa; em sua secundidade, cria uma conexão com o objeto; e, na terceiridade, gera um efeito interpretativo no pensamento de alguém.

Bem como a teoria Peirceana, esse processo de pensamento sobre a distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de Design pretende ser dinâmico e sujeito a contribuições e discussões contínuas, já que o processo ensino-aprendizagem também se inclui nesse processo de mudanças e interpretações contínuas.

Na figura abaixo apresenta essa lógica do pensamento triádico Peirceano para a distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica.

Figura 27 - Lógica do pensamento triádico de Peirce para o ensino de Comunicação e Semiótica no Design



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A Comunicação e Semiótica funciona como componente transversal e está relacionada aos três vértices do triângulo. A lógica das três fases é aplicada nos três eixos de inserção de conteúdos de Comunicação e Semiótica sugeridos nesta tese. O triângulo de Peirce foi utilizado para explicar a relação do signo (Representamen), associado ao seu objeto e com a participação do seu interpretante. É relevante ressaltar que a proposta não inclui nome de disciplinas ou impõe regras. Para este estudo, o que importou foi identificar quais as possibilidades de inserção

do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil. E propor a criação de eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica de maneira transversal para a formação em Design.

Quadro 6 - Lógica da distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica

Fundamentação/Básicos	Experimentação/Específicos	Aplicação/Teórico-práticos
Disciplinas e/ou conteúdos introdutórios que estabelecem fundamentos essenciais para o aprendizado em Comunicação e Semiótica no Design.	Disciplinas e/ou conteúdos que aprofundam teorias e aplicações no campo do Design, voltados para as interfaces da Comunicação e Semiótica com o projeto de Design.	Atividades que ligam o conhecimento teórico com a experimentação, aplicação e prática. Geralmente incluídas em disciplinas de projeto e laboratórios, permitindo a vivência prática da Comunicação e Semiótica aplicada.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

É importante ressaltar que aqui há uma sugestão da lógica de distribuição de conteúdos que foram considerados importantes na pesquisa documental e no estudo com os seres humanos: docentes e coordenações de curso. Porém, a gestão de cada graduação é que direciona o “desenho” do curso no Projeto Político Pedagógico de acordo com o perfil do egresso desejado. E dentro desse perfil, considerando a Comunicação e Semiótica como um campo interdisciplinar e ligado, em várias etapas ao exercício profissional do designer, considera-se relevante se pensar em possibilidades de inserção desses conteúdos no decorrer do curso.

Os temas a serem trabalhados na fase de fundamentação teórica foram escolhidos de acordo com o estudo dos Projetos Político-pedagógicos e matrizes curriculares. A escolha teve como lógica a sequência de temas conceituais (de fundamentação) para que pudessem ser experimentados na segunda fase e aplicados na terceira fase. Nas respostas dos docentes nos questionários foram encontradas pistas sobre conteúdos específicos que os professores trabalham em sala de aula ou até mesmo, pensam que seriam importantes estarem presentes no aprendizado do graduando em Design como parte dos componentes curriculares.

Na etapa dos conteúdos teórico-práticos, no percurso de aplicação estariam as disciplinas ligadas às práticas de projeto, mais especificamente aos trabalhos de conclusão de curso, fase

de pesquisa e desenvolvimento de projetos. Em cada um dos tópicos dos quadros é possível abrir várias subdivisões, identificando temas/assuntos a serem trabalhados, direcionando o aprendizado para o campo do Design.

Tão importante quanto listar os conteúdos de Comunicação e Semiótica a serem trabalhados no curso, é a forma como eles são apresentados e aplicados na matriz curricular. E como eles se relacionam com os demais conteúdos do curso. Por isso, foi tão necessária a participação dos docentes de outras disciplinas, dos professores de Comunicação e Semiótica e das coordenações de curso. Pela visão dos profissionais, pôde-se ter uma perspectiva de docentes de diferentes áreas e formações sobre o que consideram importante e como os conteúdos podem ser aplicados nos projetos de Design.

As formas como estão distribuídos dependem de uma série de fatores como, por exemplo, do perfil do egresso desejado. Por isso, foi identificada nos estudos das matrizes uma versatilidade nos conteúdos necessários para a formação em Design e na forma como estão distribuídos durante o curso.

A sugestão de conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de Design no Brasil foi elaborada com base nas matrizes curriculares estudadas, nos projetos político-pedagógicos dos cursos, nas respostas dos questionários com os 42 participantes de 26 instituições de ensino no Brasil. E com o aval e sugestões dos especialistas em Comunicação e Semiótica que são docentes das disciplinas de conteúdos específicos dessa área nos cursos de bacharelado em Design, modalidade presencial, de instituições públicas e privadas.

Dependendo do perfil esperado e do direcionamento da graduação, são inseridos conteúdos ligados à Teorias da Comunicação (Cultura de Massa, Indústria Cultural), Teorias de análise de imagem, Comunicação Visual (Percepção, estudos da forma (Gestalt), além das Teorias Semióticas como: Teoria do signo (Charles Sanders Peirce), Teoria da Significação ou Comunicação (Umberto Eco), Teoria do Código (convenções culturais de Umberto Eco), Planos de expressão e conteúdo (Roland Barthes), estudos dos mitos (Roland Barthes), figuras de linguagem (Roman Jakobson).

Na relação do Design com o mundo contemporâneo, estariam os conteúdos relacionados a experiência do profissional e sua relação com os conteúdos específicos. Nesse grupo, estariam os conteúdos que identificam o Design enquanto linguagem e enquanto fenômeno de Comunicação e, por fim, como fenômeno semiótico comunicacional como defende esta tese.

Nesse contexto, é importante o estudo de autores contemporâneos que já ressaltaram as relações entre a Comunicação e Semiótica com o Design e identificaram a importância dos conteúdos teóricos no ato de projetar em Design.

Os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser estudados como componentes transversais, permeando várias disciplinas durante o curso. Pode aparecer também em disciplinas específicas de Comunicação e Semiótica. A existência de disciplinas específicas ou a distribuição dos conteúdos ao longo de toda a matriz curricular não exclui a necessidade de os conteúdos serem trabalhados de forma transversal.

A proposta dos eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica para um curso de Bacharelado em Design está estruturada para seguir uma linha progressiva, da percepção à prática, contemplando os conceitos fundamentais, teorias, experimentações e aplicações no Design.

Quadro 7 - Conteúdos de Fundamentação/Básicos

Conteúdos de Fundamentação/Básicos	Objetivos
Conceitos de Comunicação visual: Estudos de Percepção e representação; Fundamentos da percepção visual; Introdução à comunicação e linguagens visuais; Elementos básicos do design (linha, forma, cor, textura) Campos da Comunicação e Semiótica: fundamentos teóricos: Teoria de Comunicação de Massa: Indústria cultural, conceitos de estética e cultura de massa, estudos da utilização de imagem: paradigmas da imagem. - Introdução à Teoria do Signo (Charles Peirce); Fenomenologia; Análise de linguagem e significado, análise de objetos.	Compreender os processos básicos da percepção visual e sua relação com a comunicação. Estabelecer uma base para análise crítica dos signos visuais. Apresentar os conceitos fundamentais da Comunicação e Semiótica, abrangendo diferentes correntes (Charles Sanders Peirce, Ferdinand Saussure, Roland Barthes, Roman Jakobson, Umberto Eco)

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O quadro 8 apresenta sugestões de conteúdos que poderiam ser direcionados à fase de experimentação dos conhecimentos. Foram nomeadas de disciplinas específicas porque geralmente já abordam a visão da Comunicação e Semiótica de forma aplicada e direcionada para o campo do Design. Geralmente, as matrizes disponibilizam esses conteúdos após as disciplinas de fundamentação, que são as iniciais.

Quadro 8 - Conteúdos específicos/experimentação

Conteúdos Específicos/Experimentação	Objetivos
- Conceitos e elementos da teoria que dão suporte à análise comunicativa no Design - Design emocional: níveis do Design - Dimensões de comunicação de um objeto de design; Estratégias de significação dos objetos - Design como linguagem - Design como fenômeno de comunicação -Relações entre Design, Comunicação e consumo - Ideologia das marcas e suas representações no mundo contemporâneo	Utilizar os conteúdos de Comunicação e Semiótica para criar significados visuais e produtos funcionais, experimentando os aportes teóricos na atividade de projetar, por meio da utilização de referências de diferentes autores que já publicaram estudos sobre a relação entre as áreas de Comunicação e Semiótica no Design.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os conteúdos teórico-práticos da terceira etapa visam a integração da teoria com as práticas profissionais.

Quadro 9 - Conteúdos de Aplicação/Teórico-práticos

Conteúdos de Aplicação/Teórico-práticos	Objetivos
- Análise crítica da relação entre design, linguagem e sociedade contemporânea. - Aplicação da Comunicação e Semiótica e das Teorias da Comunicação na elaboração e execução de projetos de Design.	- Aplicar competências apreendidas nas fases teórica e experimental de Comunicação e Semiótica que podem ser aplicadas ao Design. - Consolidar o conhecimento no desenvolvimento de projetos.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Essa divisão dos conteúdos em três grupos pode facilitar o entendimento do Design como parte de uma construção de sentidos que integra teoria e a prática da Comunicação e Semiótica ao longo da graduação em Design. A sugestão norteia o que seria relevante para o conhecimento do discente. Ela aponta um caminho que pode ser seguido pelas graduações. Foi criada com base nos estudos das matrizes curriculares e com os apontamentos de docentes e coordenações de curso. E é dinâmica como deve ser o processo de ensino-aprendizado, com reflexões constantes sobre conteúdos e práticas que possam ser incluídas nos Projetos Político Pedagógicos.

6.2 EIXOS DE POSSIBILIDADES DE INSERÇÃO DE CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

Os eixos de possibilidades de inserção de conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design foram pensados seguindo os formatos e modelos de cursos de Design no Brasil e suas estruturas curriculares. A proposta apresenta formas de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos.

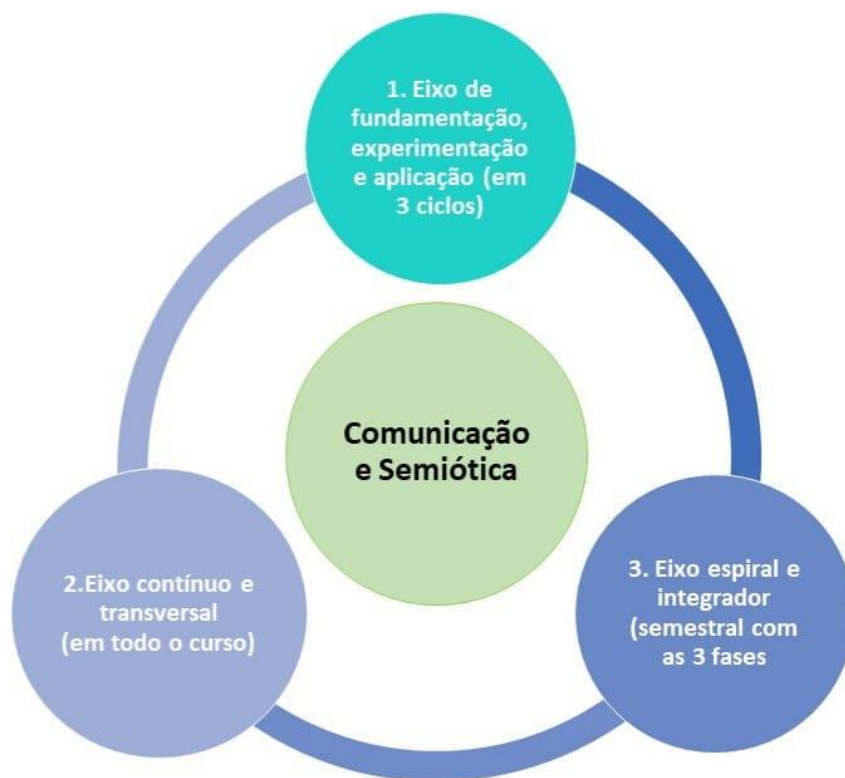
A Comunicação e Semiótica aparece como um componente transversal que perpassa diversas disciplinas durante o curso e podem estar divididas em disciplinas obrigatórias, eletivas, optativas com conteúdos específicos da área ou serem trabalhadas em outras disciplinas como conteúdo interdisciplinar. As propostas têm como base as três etapas do raciocínio lógico Peirceano e confirmam o referencial teórico do capítulo 3 desta tese. Nos três eixos, propõe-se a abordagem triádica que faz a relação com as fases de Fundamentação/Básico,

Experimentação/Específicos e Aplicação (Teórico-prático) dos conteúdos de Comunicação e Semiótica

A distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nas matrizes curriculares dos cursos de Design foi proposta de três formas:

1. Eixo fundamentação, experimentação e aplicação (em três ciclos);
2. Eixo contínuo e transversal (em todo o curso);
3. Eixo espiral e integrador (semestral com as três fases)

Figura 28 - Diagrama dos Eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nas matrizes curriculares dos cursos de Design

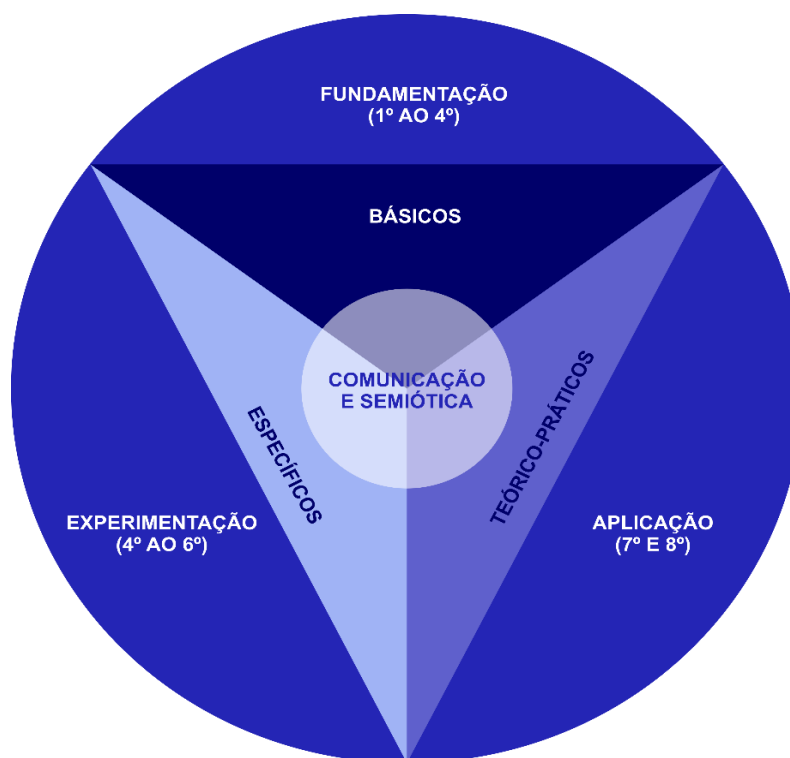


Fonte: Elaborado pela autora (2025).

6.2.1 Eixo fundamentação, experimentação e aplicação (em três ciclos)

Nesta proposta, os conteúdos aparecem sendo trabalhados ao longo de todo o percurso do discente no curso de Design, mas apresenta-se dividido em três etapas: Fundamentação, Experimentação e Aplicação.

Figura 29 - Diagrama do Eixo de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica no curso de Design em três ciclos



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A figura 29 foi criada com base nos parâmetros curriculares nacionais (PCN) do curso de Design e considerando a elaboração de um projeto como base de toda a graduação em diferentes níveis de aprendizado. Pelo PCN, o curso deve estar dividido em conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos. Por essa proposta, os conteúdos de Comunicação e Semiótica estariam distribuídos e aplicados durante todo o curso de graduação. Na primeira fase, os Conteúdos de Comunicação e Semiótica são disponibilizados do primeiro ao quarto período de curso na fase de Fundamentação e de Conteúdos Básicos, com os temas teóricos. Na fase de Experimentação, onde se encontram os conteúdos específicos, viriam os conteúdos de Comunicação e Semiótica aplicados ao Design e de forma indireta nas demais disciplinas específicas do curso, como, por exemplo, em etapas das práticas projetuais. Na terceira fase, de Aplicação, dos conteúdos Teórico-práticos, haveria a aplicação e experimentação dos conceitos nos projetos e trabalhos finais de curso.

Pela imagem, faz-se a relação dos conteúdos e sua distribuição durante toda a graduação. Assim, propõe-se que os conhecimentos teóricos de Comunicação e Semiótica estejam na fase de fundamentação (1º ao 4º período). Nessa etapa, estariam as disciplinas com conteúdo de formação geral para o estudante e de cunho teórico, incluindo as de Comunicação e Semiótica. Os discentes receberiam conteúdos de fundamentação teórica de Comunicação e Semiótica.

A Comunicação e Semiótica aparece no centro como ponto integrador, representando a teoria do signo e a análise comunicativa que fundamenta todo o curso e suas práticas. O Conteúdo Básico (Fundamentação) representa o núcleo teórico com disciplinas e textos que dão suporte conceitual para o entendimento da Comunicação e Semiótica no design como base em seus fundamentos, história e teorias.

O Conteúdo Específico (Experimentação) aparece como utilização do conhecimento por meio de exercícios práticos e projetos que trabalham a Comunicação e Semiótica em contextos reais de Design. e o Conteúdo Teórico-Prático (Aplicação) aciona a possibilidade de integração do conhecimento em ambientes profissionais, com a base da Comunicação e Semiótica.

Na fase de experimentação (4º ao 6º período), diretamente ligada a conteúdos específicos de sua formação, o discente pode testar o que aprendeu, correlacionando com os temas específicos de sua prática profissional. Essa lógica das disciplinas e ou conteúdos ofertados em cada fase varia de acordo com o perfil do egresso desejado no Projeto Político Pedagógico de cada instituição. Nessa etapa, é possível promover a interdisciplinaridade entre os conteúdos. Não há um caminho pronto e fechado. A ideia é que se reflita sobre a utilização dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos projetos de Design.

Na terceira fase, de aplicação teórico-prático, no último ano de curso, o estudante poder aplicar os conceitos de Comunicação e Semiótica nos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) ou em estágios e atividades extracurriculares. Assim, os estudantes poderiam exercitar o que aprenderam sobre a importância da Comunicação e Semiótica nos projetos de Design como: base para o entendimento do contexto cultural e social; base para a transmissão de mensagens, estruturação de significados, como parte que reflete sobre a experiência do usuário, dentre outras.

6.2.2 Eixo contínuo e transversal considerando todo o curso

A ideia é que esses conteúdos sejam estudados de maneira transversal e que os assuntos teóricos sejam aplicados em todas as etapas do ato de projetar do estudante de Design durante o curso de graduação. Esse direcionamento, embora não apareça, de forma clara, nos Projetos Político Pedagógicos dos cursos, é sugerido por alguns dos docentes que sentem falta dessa correlação entre os conteúdos teóricos e práticos. As sugestões apontam para a aplicação em disciplinas como Desenho Geométrico, em que os estudantes podem utilizar os conteúdos, por exemplo da Teoria da Forma, proposta pela Lei da Gestalt¹⁴, para facilitar o entendimento.

(...) o estudo dos elementos da semiótica aplicados ao design possibilita a visualização e interpretação das formas geométricas e suas proporções no contexto de diferentes objetos, refletindo sobre o paradigma significativo do design. As formas que estruturam uma cadeira, por exemplo, são esmiuçadas e analisadas a partir do conjunto de elementos organizados em sua conformação, decodificando os códigos simbólicos dos signos que interagem nessa composição e assimilando a construção dos sentidos a partir deles (participante 2).

No modelo como componente transversal, a Comunicação e Semiótica pode ser estudada como um conhecimento fundamental que permeia as disciplinas básicas, específicas e teórico-práticas do curso, não ficando restrita a um único componente curricular. Ela serve como uma base conceitual capaz de sustentar o aprendizado de Design no que se refere a criação e execução de projetos. A participação dos conteúdos em outras disciplinas não excluiria a necessidade de um componente curricular específico de Comunicação e Semiótica. Isso garantiria que os discentes tivessem um momento reservado na graduação para consolidar os conceitos.

- 1º ao 2º período: Introdução às teorias do signo e à história do design, mostrando os fundamentos da Comunicação e Semiótica e seu papel na comunicação visual.
- 3º ao 4º período: Aplicação da Comunicação e Semiótica em disciplinas de projeto, como "Design para a Comunicação" e "Projeto Visual", com interpretação e criação de mensagens visuais com base na análise dos signos.

¹⁴ Teoria da Gestalt (ou Psicologia da Gestalt) identifica como a percepção humana organiza os elementos visuais, baseando-se em princípios como unidade, harmonia, hierarquia e pregnância da forma. Por esse conceito, a forma não está apenas na aparência do objeto, mas na estrutura percebida como um todo organizado, seguindo leis como proximidade, semelhança, continuidade e fechamento (Gomes Filho, 2013, p. 15).

- 5º ao 6º período: Ampliação do estudo para a relação entre design, usuário e contexto contemporâneo, incluindo temas como o contexto sociocultural e econômico, integrando conceitos da Comunicação e Semiótica em projetos de Design.

- 7º ao 8º período: Atividades complementares e práticas profissionais que envolvem a crítica e a análise Semiótica de projetos reais.

Esse modelo é utilizado pela Universidade de São Paulo (USP), no qual os conteúdos de Comunicação e Semiótica estão distribuídos de forma transversal nas disciplinas e conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos, integrando história, teoria e prática do Design, conforme o Projeto Político Pedagógico do curso de Design (2017)¹⁵. Apesar, de a matriz curricular contar com a disciplina “Teorias do signo”, outras disciplinas como “Linguagens visuais” (1º período), “Laboratório da imagem” (2º período), “História do Design” (I, II, III e IV), “Design para a comunicação” (7º período) e “Textos comunicacionais” (8º período) abordam de forma transversal alguns dos conteúdos.

Uma outra possibilidade de estudar a Comunicação e Semiótica também de forma transversal é por meio de disciplinas específicas que aprofundam seus conceitos teóricos e promovem a aplicação prática, possibilitando um aprendizado estruturado, ao longo do curso. Exemplo de inserção: 1º ou 2º período: Disciplina introdutória de "Comunicação e Semiótica", abordando fundamentos da Semiótica, código, signos e linguagens visuais; 3º ou 4º período: Disciplina avançada "Comunicação e Semiótica" ou "Semiótica Aplicada ao Design", com a aplicação da Semiótica no desenvolvimento de projetos e, ao longo do curso, disciplinas complementares, com exercícios práticos e estudos de caso. Esse eixo permite o conhecimento progressivo do discente e uma integração contínua com outros conteúdos.

6.2.3 Eixo espiral e integrador (em todos os semestres)

O eixo espiral e integrador tem como objetivo estimular uma visão integrada do campo do Design e sobre como a Comunicação e Semiótica pode auxiliar no desenvolvimento de projetos articulados entre teoria e prática. Esse modelo representa uma progressão contínua e crescente no processo ensino-aprendizado, em que os conceitos são revisitados ao longo da

¹⁵ Disponível em: [Projeto Político Pedagógico do curso de Design \(2017\) - FAU - USP](#). Acesso em 5 mai. 2025.

graduação, apresentando maior complexidade, profundidade e aplicação contextual em cada semestre. A Comunicação e Semiótica poderia fazer parte dessa lógica permitindo que conteúdos de fundamentação, experimentação e aplicação sejam trabalhados durante todo o curso.

Esse modelo se torna desafiador, na medida em que exigiria um planejamento de todos os conteúdos do curso sendo trabalhados de modo que em cada semestre houvesse conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos. A complexidade na elaboração de uma matriz dessas pode ser um dificultador. Mas a existência de projetos integradores, que envolvessem em cada semestre letivo algumas disciplinas, poderia ser uma alternativa. E a Comunicação e Semiótica estaria inserida nesse contexto como eixo integrador dando suporte aos conteúdos de formação básica (Teorias da Comunicação, Teorias de Comunicação e Semiótica e todos os conteúdos já listados dessa etapa); sendo capaz de promover a possibilidade de experimentação desses conteúdos e aplicá-los.

Quadro 10 - Comparativo dos eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no Curso de Design seguindo a lógica dos eixos de distribuição

Modelo	Estrutura Curricular	Vantagens Didáticas	Desafios	Perfil de Curso
1. Em todo o curso (Eixo transversal)	Comunicação e Semiótica em todos os semestres	Aprofundamento contínuo; integração com demais disciplinas	Exige planejamento integrado entre docentes	Cursos com projeto pedagógico interdisciplinar
2. Em três ciclos (Eixo fund., exper., apl.)	Progressão em três etapas distintas	Compatível com o triângulo conceitual Peirceano	Requer alinhamento entre disciplinas por fase	Cursos estruturados em eixos ou trilhas

Continua...

Continuação...

Modelo	Estrutura Curricular	Vantagens Didáticas	Desafios	Perfil de Curso
3. Todo semestre com 3 fases (Eixo espiral e integrador)	Cada semestre inclui teoria, experimento e aplicação	Visão integrada desde o início; aprendizagem em espiral	Complexidade na montagem da matriz	Cursos com foco em projetos integradores

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Tanto a apresentação do eixo de conteúdos relevantes como a proposta dos três eixos de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica foram criados a partir de uma reflexão sobre o ensino do curso de Design no Brasil. Sabe-se que qualquer estudo que envolva o processo ensino-aprendizado deve ser amplamente estudado e discutido pela comunidade acadêmica. Não se trata, neste estudo, de imposições e nem emissão de juízo de valores sobre o que se apresenta no cenário atual.

A proposta dos eixos de distribuição de conteúdos pode contribuir para uma reflexão sobre o ensino de Comunicação e Semiótica no Brasil e ser aplicado em diversos perfis de curso de bacharelado em Design. Seja em disciplinas que levam o nome de Comunicação e Semiótica (com conteúdos específicos), ou em conteúdos interdisciplinares, o importante é que os conteúdos sejam trabalhados de forma transversal como componentes importantes para a formação do graduando em Design. Mais do que técnicas, ferramentas e recursos tecnológicos, o design contemporâneo exige que o profissional esteja preparado para refletir sobre a importância da relação entre o objeto e o usuário, ideias e conceitos que a empresa/marca deseja transmitir e na experiência que essa relação pode proporcionar. Os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem auxiliar nesse processo.

6.3 A VISÃO DOS ESPECIALISTAS SOBRE A PROPOSTA DA TESE

Todos os quatro entrevistados demonstraram reconhecimento sobre a relevância e viabilidade da proposta de integrar Comunicação e Semiótica na formação em Design. Ressaltaram a importância da pesquisa e a possibilidade de avanços na formação. Todos reconheceram que se trata de um desafio e que se faz necessário um trabalho coletivo do corpo

docente, com ações colaborativas para implementação das propostas. As entrevistas exploraram as experiências dos professores com o ensino e a aplicação da Comunicação e Semiótica, abordando os desafios na transmissão de teorias complexas para estudantes e proporcionando reflexões sobre currículos acadêmicos e sua adequação ao mercado e à prática profissional.

A primeira entrevista aconteceu no dia 4 de junho de 2025, com a coordenadora do curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) Telma Valente, que também ministra as disciplinas de Comunicação e Semiótica na instituição. Telma considera imprescindível a linha teórica americana, baseada em Charles Sanders Peirce para o curso de Design. Ela destacou a relevância das categorias fenomenológicas e o conceito de signo e suas partes, focando na Semiótica aplicada. “A linha Peirceana é a mais adequada para treinar o olhar e a percepção dos estudantes, preparando-os para o mundo e para novas formas de representação” (Valente, 2025).

A professora mencionou que a Semiótica faz parte do ciclo básico do curso de Design que tem dois ciclos: o básico e o profissionalizante. No curso há 7 eixos de formação e a Semiótica se enquadra no Eixo das Imagens. A Semiótica das Mediações I é obrigatória e um requisito para Semiótica das Mediações II, III e IV, que se incluem no ciclo profissionalizante e são optativas. A primeira, segundo a professora, apresenta os conceitos fundamentais e sua aplicação em exercícios de diferentes complexidades.

Como experiência bem-sucedida em sala de aula, a docente ressaltou um projeto de integração com outras disciplinas do quarto período, realizado em 2024. Foi uma integração entre a disciplina de Projeto Básico, Ergonomia, Metodologia e Sociologia, tendo a Semiótica permeada entre elas.

São todas as disciplinas do quarto período. Por iniciativa da professora de Projeto Básico, acabou atendendo um pedido que eu faço há muitos anos no curso de trabalhar a Semiótica mais integrada com a disciplina de Projeto, porque senão ela perde um pouco a razão de ser. Se eu fico falando de uma teoria, tentando aplicar e os demais docentes também não puxarem por esse pensamento, vai parecer que são coisas que estão desconectados (Valente, 2025).

Os resultados, segundo a professora, já apareceram.

A professora de projeto percebeu, principalmente na argumentação dos seus alunos, uma mudança para as escolhas realizadas para soluções de projetos. A gente precisa realmente dialogar e tentar pensar juntos. Foi a primeira vez que a gente tentou fazer um período em que a Semiótica atravessasse todas essas áreas e conversasse com todas essas disciplinas, mas ainda falta muito para a

gente aprimorar essa integração porque a gente não partiu de um projeto comum para todas as disciplinas. Cada um fica muito confortável na sua área. Então, essa abertura para o novo nem sempre é possível (Valente, 2025).

A professora reforça a necessidade do diálogo com as outras áreas e a existência da disciplina de Semiótica como obrigatória no currículo. Sobre a criação do eixo específico de Comunicação e Semiótica, ela considera válida, dependendo do contexto e da necessidade de garantir que os conteúdos não sejam retirados do curso. Ela destaca que a integração entre disciplinas por meio da Semiótica é fundamental, e principalmente se tiver um projeto comum para facilitar a aplicação dos conceitos. Para isso, é necessária a conscientização dos professores sobre a importância da Semiótica e a abertura para parcerias (Valente, 2025).

Sobre as possibilidades de inserção dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no curso de Design, a professora considerou importante a trajetória proposta pela tese em três etapas (fundamentação, experimentação e aplicação).

Isso poderia ser feito nos momentos de planejamento que antecedem os semestres com um planejamento em conjunto pelo menos para definir as bases comuns dos trabalhos docentes de cada eixo. O que poderia ser resolvido pela adoção de um ou mais projetos que em comum com cada docente avaliando e ministrando a sua parte para com a sua abordagem específica, mas tendo a Semiótica permeando esses conteúdos e alinhando essas discussões nesse nível fundamental, depois experimental, depois avançado (Valente, 2025).

E dá a sugestão de se trabalhar com projetos em comum entre os professores.

O que poderia ser aglutinado pela adoção de um ou mais projetos que serão comuns a esses professores aí cada um vai adensar a sua a sua parte e vai poder fazer a sua abordagem específica, mas tendo a Semiótica permeando esses conteúdos e alinhando essas discussões esse nível fundamental, depois experimental (Valente, 2025).

Sobre os eixos, ela enfatiza a relevância da proposta do eixo I em que o curso se dividiria em três etapas, com a Comunicação e Semiótica passando por todas as fases:

Por isso, pensando em um curso que tem na estrutura um TCC, eu acho que essa ideia é assim é muito boa! Eu só daria essa sugestão de tentar esse trabalho esse trabalho de sensibilização conscientização de professores da importância desse diálogo dessa integração de pelo menos um projeto em comum. Eu acho que ajudaria as áreas a conversarem, mas caso isso não seja possível, haja resistência dos professores de não abrir mãos das atividades que já consolidaram, só fato de poder falar sobre Semiótica na sua aula dentro do seu planejamento, já é um ganho. Eu acho que o desafio é muito maior de a Semiótica acompanhar em todos os contextos, mas também acho que é uma realidade praticamente inescapável (Valente, 2025).

A utilização da lógica do pensamento de Charles Sanders Peirce para se estruturar a distribuição dos conteúdos também foi ressaltada pela professora como ponto positivo da proposta. “Você pensou certo seguindo essa linha Peirceana na proposta porque você precisa da fundamentação, da experimentação e depois, a partir dessa experiência vivida, que você consegue para o desenvolvimento pleno” (Valente, 2025). E fundamenta:

Quando você pensa nesses três momentos, esse é o caminho. Essa divisão que você propõe baseada na experiência do aluno vai passar o momento de fundamentação, depois no momento de experimentação e depois de ter amadurecimento com essas duas etapas, ele vai estar apto para projetos mais avançados. Eu acho que talvez seja uma divisão mais realista porque vai atender e vai respeitar o fluxo do aluno, do desenvolvimento cognitivo do aluno, o amadurecimento dele no curso e não tem como você escapar desses três momentos. Ele precisa da fundamentação ele vai ter um momento do embate com aquilo que ele teve de fundamentação que é da experiência própria até que isso vai desaguar na fixação desses conceitos e de poder fazer as entregas mais embasadas com tudo aquilo que ele viu nas etapas anteriores. E ele poderá fazer um uso consciente desses conceitos. Acho que o grande desafio da proposta é fazer um uso consciente de forma que seus projetos também consigam afetar o outro.

A segunda entrevista ocorreu em 7 de junho de 2025, com o professor Mário Furtado Fontanive, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O professor enfatizou a importância de se conscientizar também os alunos sobre as múltiplas possibilidades da Comunicação no Design, que “vão desde a criação de um lápis até uma nave espacial” (Fontanive, 2025). Sua disciplina apresenta uma base teórica incluindo Charles Sanders Peirce, História da Semiótica e elementos de sua tese de doutorado em Arte, mas sem cobrar isso em termos de nota. Fontanive não segue a ementa tradicional, considerando-a inadequada para alunos de graduação, e prefere a metodologia prática de Cilene Estol (2017) em sua tese de doutorado na qual destaca a percepção da riqueza das interações comunicativas, muitas vezes inconscientes.

O professor concordou com a ideia do eixo I de fundamentação, experimentação e aplicação, no qual a ideia de complexidade dos projetos vai crescendo de acordo com a evolução do discente no curso.

O ensino teria que apresentar para o aluno essa complexidade, essa indeterminação da linguagem, entende o que eu estou dizendo? Essa são situações muito diversas. Eu estou dizendo que a preparação da Universidade tem que ser uma coisa mais viva assim, né, na tua linguagem. Mostrar essa profundidade da linguagem (Fontanive, 2025).

O docente apontou reflexões sobre a proposta de transversalidade do conteúdo de Comunicação e Semiótica na tese. “É difícil de se implementar, pois os professores tendem a se manter em seus próprios campos”, mas posso dar pistas sobre como seria possível.

É super complexa a resposta. Eu posso fazer uma observação assim. Uma reflexão: assim, a transversalidade não é possível entre disciplina já instituídas. Eles para transversalidade precisa de um campo que não pertence a ninguém. Isso é muito difícil estabelecer na Universidade. Os professores criam seus campos e ficam neles. Eu estou falando assim da realidade da universidade. Cada um vê as suas disciplinas e fica no seu campo. Como vai fazer essa transversalidade? Uma proposta que se pensou uma vez aqui era fazer de dois anos de básico e depois tudo grande em um ateliê (Fontanive, 2025).

Essa proposta condiz com o Eixo Espiral/Transversal proposto pela tese, no qual os professores de Semiótica “poderiam dar sugestões nos projetos dos alunos” (Fontanive, 2025). “Eu acho que o mais legal da sua proposta é a ideia da transversalidade, mas eu acho a mais difícil. E eu gosto da ideia”.

Sobre o terceiro Eixo Espiral e Integrador em que os conteúdos acontecem com todas as três fases em um semestre o professor ponderou.

Sobre o terceiro eixo, eu acho assim essa coisa complexa, mas já acontece. Esses projetos vão ficando mais complexos, né? As metodologias servem um pouco para isso, para tu olhar de novo. Tu analisa a primeira questão, então tu vai ter, então ela já vai trazer essas questões iniciais (Fontanive, 2025).

Sobre o tema da proposta em geral, ele afirma. “É boa a discussão que tu estás fazendo. Acho que o nosso curso se reúne pouquíssimo para discutir as coisas. É muito bom isso! (...)A gente tem que ter mais debates como esse” (Fontanive, 2025).

A terceira entrevista aconteceu no dia 13 de junho de 2025, com a professora com Thyenne Veiga Vilela, da Universidade Positivo, no Paraná. A Semiótica está inserida no eixo teórico do curso, que também possui eixos projetual e tecnológico. A disciplina é oferecida no terceiro período, um pouco antes da metade do curso. A docente lembra que, após mudanças na matriz curricular, a carga horária da disciplina foi reduzida de quatro para uma hora aula. E passou a se chamar "Processos de Significação aplicados a Design", incorporando a Teoria da Informação. Vilela considera a Teoria da Informação como parte da Semiótica, e utiliza conceitos como entropia para explicar a relação entre o previsível e o imprevisível.

A primeira aula é de Processos de Comunicação, então eu vou resgatar aqui processo de comunicação: a primeira aula emissor, receptor, mensagem, código, canal e contexto. Para Processos de Comunicação, eu uso o autor David Berlo, que é maravilhoso! Eu começo a disciplina, falando do processo de comunicação, aí eu vou para a Teoria da Informação. Depois a gente entra em semiótica, mas eu trabalho com a relação de signo, objeto, interpretante. Eu insisto com Peirce. Fui aluna de Décio Pignatari. Ele foi um dos percursores dessa linha Peirceana. Eu também trabalho com Rafael Cardoso e seus condicionantes de significado. E entro nos níveis de consciência: primeiridade, secundidade e terceiridade. Entro também em Charles Morris, sintaxe, semântica e pragmática e eu termino com classe dos signos em que fico só com ícone, índice, símbolo. Não vou adiante (Vilela, 2025).

Thyenne concorda com o pensamento de Telma Valente no que se refere à possibilidade de trabalho da Comunicação e Semiótica em conjunto com outras disciplinas. “Eu não consigo desassociar e eu vou dizer assim, criou-se uma cultura no Design na universidade sobre a importância da Semiótica junto aos demais eixos, entendeu”? (Vilela, 2025).

Vilela questiona a necessidade de um padrão de conteúdos sugeridos, preferindo adaptar o roteiro de acordo com a experiência e os exemplos práticos. Ela enfatiza a importância de exercícios de tradução intersemiótica, utilizando exemplos de cinema, poesia, música e artes plásticas para ampliar o repertório dos alunos. A professora acredita que a Semiótica deve ser aplicada o tempo todo, utilizando narrativas e exemplos do cotidiano para dar significado aos conceitos.

Ela aponta desafios para se implementar a divisão do conteúdo ao longo de todo o curso como proposto no Eixo I, de Fundamentação, Experimentação e Aplicação. E reforça o argumento de trabalho em projetos integradores como também defendido pela professora Telma Valente.

No curso você não tem como preparar para diluir esse conteúdo em vários pedacinhos e não faz sentido ficar exclusivamente na disciplina fechada. Para mim, a solução é que é a abertura dos planos de aula no início do semestre letivo, seja num compartilhamento de modo que o professor possa até construir com o colega que não é da Semiótica. Para mim, essa teia de experiências dos docentes vai fazer o professor de Semiótica permear porque ele sabe que está acontecendo fora, e ele traz para dentro e ele prepara aluno dele para quando for para outra disciplina, levar Semiótica. E ele vai fazendo essa conexão (Vilela, 2025).

A professora critica a Semiótica como um protocolo analítico e defende um processo de criação que envolva associações físicas e mentais. Ela sugere o Eixo Espiral /Integrador como sendo o mais viável e, em uma certa medida, o que a instituição em que atua, já aplica.

No nosso curso, a gente tem o projeto integrador em todos os períodos. São seis períodos. São seis soluções em Design e a Comunicação e Semiótica está presente em todos eles. Ela está processualmente presente e está formalmente presente no terceiro período como disciplina obrigatória. É, já existe essa realidade na minha instituição porque não é possível que ela não seja parte integrante. Ela está presente em todos os eixos. Acho muito importante indicar isso. Semiótica não é de princípio analítico, de princípio processual (Vilela, 2025).

E enfatiza a necessidade em se manter a disciplina de Comunicação e Semiótica na matriz curricular como obrigatória para garantir que os conceitos sejam consolidados e não se percam. “A disciplina obrigatória de Semiótica atua como um ponto de referência para enraizar os conceitos” (Vilela, 2025).

Para que a proposta das possibilidades de inserção dos conteúdos de Comunicação e Semiótica sejam eficientes, a professora recomenda que os docentes dos cursos de Design compartilhem seus conteúdos nos encontros de planejamento de semestre. Isso é importante para que possam ver as correlações entre as áreas. “Talvez essa seja a única a a única forma de garantir que a Semiótica permeie o curso e que os alunos levem os conceitos para as outras disciplinas” (Vilela, 2025).

A quarta entrevista ocorreu no dia 16 de junho de 2025, via plataforma Teams. Wellington Gomes Medeiros é professor de Comunicação e Semiótica na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Em sua disciplina denominada “Semântica e Semiótica”, no curso de Design, ele a foca em dois aspectos: a identidade do produto e sua forma de utilização (Semântica) e as possibilidades simbólicas associadas ao produto (Semiótica). O docente trabalha com a metodologia de exibição de vídeos, seguida de debates e seminários, com os alunos pesquisando e coletando exemplos. Ele solicita aos discentes o desenvolvimento de projetos, não necessariamente com desenvolvimento de produtos, mas com ênfase em se pensar o produto e sua relação com as diferentes linguagens em um contexto simbólico (Medeiros, 2025). O professor deu como exemplo o projeto “A Alma da Feira”, que resultou em um vídeo com depoimentos de feirantes sobre sua relação com o espaço e os produtos, na cidade de Campina Grande (Paraíba).

A Semiótica faz parte do quinto período do curso de Design. Está no nível intermediário, após disciplinas como História da Arte, História do Design, Percepção da forma e Metodologia Visual. Eu também ministro a disciplina de Estética nesse período, o que me permite explorar pontos de convergência entre as duas áreas (Medeiros, 2025).

Sobre a proposta de criação de eixos de conteúdos relacionados à Comunicação e Semiótica, o professor considera “muito importante, associando-os às diversas linguagens de Comunicação. Um bloco dedicado à compreensão da dimensão da Comunicação no produto e sua interrelação com outras linguagens seria valioso!” (Medeiros, 2025).

Ele afirma que “O Design é um processo de tomada de decisões e a dimensão da Comunicação do produto é essencial, pois ele é uma mensagem” (Medeiros, 2025). Medeiros expressou dificuldade em escolher o modelo mais pertinente, mas elogiou a ideia de a Semiótica estar presente em todo o curso, aumentando em complexidade, como sugerem todos os eixos de maneiras diferentes. Ele aponta como maior desafio a complexidade da estrutura curricular do curso de Design e a necessidade de os docentes terem conhecimento de diversos campos do saber. Mas adianta que, em certa medida, acontecem algumas experiências nesse sentido.

Eu acho que nos três modelos a ideia de a Semiótica é muito boa. Eu gosto dessa possibilidade de ela estar no curso todo. E ir aumentando em termos de complexidade de um campo muito teórico para um campo prático. Guardando as devidas proporções, é o que eu mais ou menos eu faço na disciplina. Eu parto dessa parte teórica, depois tenho os exercícios de aplicação e finalmente o desenvolvimento de alguma coisa. E pode ser em diversas linguagens, mas sempre no campo da Comunicação e da Semiótica aplicada ao Design. Mas a distribuição disso não acontece ao longo do semestre, o que seria muito interessante. O que eu vejo, em termos de alguns aspectos que precisam ser pensados um pouco é sobre a estrutura do curso de Design que é muito complexa (Medeiros, 2025).

Os conteúdos de Comunicação e Semiótica sendo trabalhados durante o curso todo seria um desafio.

Isso vai ser um embate que você vai enfrentar no meu curso, por exemplo. Mas eu gosto muito da ideia. Talvez uma forma de fazer isso seria conectando, como nós fazemos aqui, esse conteúdo com projeto. Se isso de alguma forma, escoar para a disciplina de projeto poderia dar certo. E pensar na conexão da Semiótica com outras disciplinas, por exemplo: Estética e Semiótica. A Semiótica e a Cultura Material também estão. Então, talvez alguns tópicos da estrutura possam incorporar alguns elementos que depois vão ser concentrados na disciplina específica de Comunicação e Semiótica (Medeiros, 2025).

Medeiros acredita que a reflexão provocada pela tese pode ser um caminho para dialogar com os professores que ainda não compreendem a indissociabilidade entre Design, Comunicação e Semiótica.

Eu acho que a tua proposta pode ser um caminho para a gente conseguir conversar, dialogar com eles e mostrar essa conexão da Semiótica ao longo do curso e a conexão dela com os demais tópicos e que o Design é Comunicação, isso vai ser uma coisa maravilhosa! Vai ser um avanço estupendo nessa direção!

Ele enfatiza.

Eu acho que é relevante. É um assunto que não pode ficar só na disciplina de Semiótica, ela tem que escoar para o restante do curso porque o curso ele precisa, mas para isso acontecer, é preciso que haja uma consciência coletiva de que o Design é Comunicação (Medeiros, 2025).

Entre os desafios da proposta, os especialistas apontaram o que já havia sido levantado por alguns dos respondentes dos questionários e percebido no confronto entre a pesquisa exploratória nos projetos pedagógicos e documentos de curso. As dificuldades a serem enfrentadas não só pela proposta, mas também por qualquer mudança e que exija discussão entre os pares:

Telma Valente e Wellington Medeiros (2025) destacaram a resistência dos professores às mudanças curriculares e às novas abordagens: Alguns entrevistados ressaltaram que há resistência por parte de docentes que preferem manter atividades e conteúdos já consolidados, dificultando a introdução de novos paradigmas de ensino que integrem Semiótica de maneira mais ampla e prática.

A dificuldade de conquistar o entendimento e a apropriação da Comunicação e Semiótica por parte de todos os docentes foi apontada por Vilela e Fontanive (2025). Segundo eles, alguns professores, por questões de formação e tradição, têm dificuldades de incorporar a Comunicação e Semiótica no cotidiano didático, seja por falta de familiaridade ou por não compreenderem sua aplicação prática, o que pode fragilizar a integração efetiva (Vilela; Fontanive, 2025).

A necessidade de uma cultura institucional que priorize a integração foi apontada por todos os entrevistados. A ausência de uma cultura institucional consolidada que valorize e incentive a integração entre disciplinas e conteúdos foi identificada como um obstáculo, pois a

implementação de uma formação mais integrada requer mudanças na cultura acadêmica. A cultura acadêmica, com metodologias e conteúdos tradicionais, representa, segundo eles, um entrave para a implementação de uma proposta que exige uma mudança de paradigma, uma maior abertura e flexibilidade por parte dos docentes. O desafio de conciliar o tempo e a quantidade de conteúdos foram apontados pelos entrevistados que alertaram sobre uma demanda por simplificação dos conteúdos de Comunicação e Semiótica, de modo a torná-los acessíveis e aplicáveis no cotidiano de estudantes e professores, sem sobrecarregar a carga horária e sem perder sua essência.

O perfil dos estudantes, cada vez mais imediatista e resistente à leitura, foi apontado como um obstáculo na assimilação de conceitos mais aprofundados, demandando estratégias pedagógicas para engajamento (Valente, 2025). Ela ressalta que os desafios práticos na implementação de projetos comuns e parcerias efetivas também são questões práticas a serem enfrentadas. Todos os entrevistados reconhecem que, para uma integração do corpo docente e dos conteúdos, é necessária a existência de projetos comuns e uma maior colaboração entre professores de diferentes áreas.

Apesar de reconhecerem os desafios da proposta, os especialistas consideram a implementação viável. No quadro a seguir, apresenta-se uma síntese dos dados das entrevistas sobre a avaliação dos especialistas sobre a proposta da tese.

Quadro 11 - Visão dos especialistas sobre a proposta dos Eixos de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design

Entrevistado	Conteúdos imprescindíveis	Viabilidade do eixo de conteúdos	Pontos Positivos	Pontos de Desafios
Wellington Medeiros	Conteúdos relacionados à semiose, categorias do signo, fundamentos teóricos para fundamentar a prática do design.	Sim, formalização em disciplinas específicas e integração curricular por modelos de eixo ou espiral.	Base teórica sólida que sustenta a prática, melhor articulação teoria-prática.	Dificuldade na implantação de currículo planejado, resistência institucional.

Continua...

Continuação...

Entrevistado	Conteúdos imprescindíveis	Viabilidade do eixo de conteúdos	Pontos Positivos	Pontos de Desafios
Thyenne Vilela	Presença contínua de Comunicação e Semiótica por ações práticas, projetos, extensão, mesmo sem disciplinas específicas.	Sim, embasada em ações práticas e projetos integrados ao cotidiano do curso.	Abordagem aplicada que fortalece o uso consciente dos conceitos pelos estudantes.	Dificuldade na integração e reconhecimento formal da importância da Semiótica na formação.
Telma Elita Valente	Enfatiza estudo de signos, categorias de Peirce, conceitos fenomenológicos que fundamentam a formação.	Sim, com planejamento e envolvimento de toda a equipe docente. Um eixo comum formal poderia consolidar esses conteúdos, com maior conscientização docente.	Fortalece fundamentação teórica, auxilia na análise e elaboração de projetos, promove integração teoria e prática.	Resistência do corpo docente, dificuldades de planejamento curricular, necessidade de formação específica.
Mário Fontanive	Importância de conteúdos relativos à Semiótica, signos, aplicação na comunicação visual e projetos.	Sim, com planejamento amplo, embora obstáculos culturais e estruturais dificultem.	Destaca a relevância da formação sólida e reflexão sobre obstáculos na implementação.	Barreiras culturais, resistência de professores, estrutura curricular rígida, dificuldades financeiras.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os especialistas demonstraram um consenso sobre a relevância da Comunicação e Semiótica para a formação em Design, reconhecendo-a como essencial para a compreensão dos processos de criação de projetos. Outro aspecto comum foi a necessidade de abordar a

Comunicação e Semiótica de forma progressiva ao longo do curso, estimulando uma aprendizagem que evolua do teórico ao prático.

Eles ressaltaram a importância de se promover uma cultura institucional de troca interdisciplinar, com a colaboração entre docentes de diferentes áreas, com planejamentos contínuos e projetos em comum. Essas ações colaborativas, com projetos integrados ou atividades conjuntas poderiam potencializar a compreensão do campo de Design como um espaço que considera conhecimentos de diversos campos, dentre eles o da Comunicação e Semiótica.

Por fim, há um reconhecimento de que, apesar das dificuldades de estrutura curricular, dificuldades para se implementar projetos em comum entre os docentes, falta de professores com conhecimento na área de Comunicação e Semiótica que possam atuar em conjunto com os especialistas, a possibilidade de inserção dos eixos dos conteúdos de Comunicação e Semiótica foi apontada como sendo viável e capaz de proporcionar benefícios à formação dos estudantes. Porém, se faz necessária uma estratégia planejada, participativa e contextualizada, para promover uma formação crítica, interdisciplinar e alinhada às exigências da prática profissional do designer.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de toda a pesquisa buscaram-se caminhos para a compreensão sobre o cenário do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de bacharelado em Design no Brasil para se responder à questão: quais as possibilidades de inserção do ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil?

A hipótese de que uma ordenação sistemática dos conteúdos das disciplinas específicas (quase sempre de fundamentação) de forma transversal de Comunicação e Semiótica é imprescindível estar presente as matrizes curriculares nos cursos de graduação em Design no Brasil foi confirmada pela pesquisa com base nos depoimentos dos docentes.

As sugestões apontadas pelos docentes e coordenações de curso, na parte empírica do estudo, em muito contribuíram para a formalização da proposta de criação dos eixos de conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil. Não se pretendeu interferir na liberdade de cada professor em trabalhar o seu conteúdo em sala de aula ou atribuir normas para projetos pedagógicos. Procurou-se pensar em conteúdos considerados importantes da área de Comunicação e Semiótica que fossem essenciais para a formação em Design e como podem estar distribuídos ao longo da graduação de maneira em que sejam estudados e aplicados de forma transversal não somente em disciplinas teóricas, mas que esses conteúdos sejam experimentados em disciplinas específicas da formação e nas disciplinas práticas como as Práticas Projetuais e Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs).

Para se alcançar o objetivo geral da tese foi preciso dividir o percurso em capítulos que facilitaram o alcance dos objetivos específicos. O estudo das matrizes curriculares dos projetos pedagógicos de cursos de graduação em Design identificou as disciplinas e conteúdos relacionados à Comunicação nos cursos de bacharelado em Design. A partir desse ponto, foi importante revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design e, por fim, propor criação dos eixos de conteúdo que possam ser aplicados nos cursos de graduação em Design.

A Comunicação e Semiótica apareceu na pesquisa como parte dos fundamentos do Design como base para a transmissão de mensagens, estruturação de significados que são essenciais para a experiência do usuário. O campo mostrou-se como fundamental para o entendimento do contexto cultural e social dos projetos de Design.

A fundamentação teórica foi pertinente para ratificar os resultados da pesquisa realizada com seres humanos e na exploração documental em Projetos Pedagógicos e legislações sobre o ensino no Brasil, perpassando pela Base Nacional Comum Curricular, Diretrizes Curriculares Nacionais do Ensino Superior, Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design. Foi possível entender a coerência sobre como os conteúdos são escolhidos e estão distribuídos desde o ensino infantil, fundamental e médio e no ensino superior para buscar as possibilidades de inserção e distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no Design. A lógica estabelecida foi com base nos padrões de competências e habilidades estabelecidas nestes documentos e, principalmente, no que se refere ao ensino de Design e ao perfil do profissional estabelecido. Foram levados em consideração, os conteúdos abordados sobre o tema nas provas do Exame Nacional do Ensino Médio (ENADE) para Design.

Essas possibilidades de inserção dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de Design perpassam pelos três eixos de formação do graduando: conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos. É importante que esses conteúdos sirvam de escopo para o referencial teórico do curso tendo como base as teorias da Comunicação e Semiótica, teoria da significação, representação e importância da compreensão dos códigos culturais para o entendimento do mundo contemporâneo. Eles podem fazer parte da etapa analítica e metodológica projetual, ressaltando as funções sintática, pragmática e semântica de um objeto.

O estudo das matrizes curriculares e dos projetos pedagógicos permitiu perceber que, muitas vezes, os conteúdos teóricos perdem a capacidade de conexão com a prática profissional do estudante, na medida em que são ministrados de maneira isolada e sem a necessária interdisciplinaridade entre as áreas. Apesar de os professores terem apresentado diferentes formações, o que se vê é que, em determinadas situações é que os assuntos debatidos nas disciplinas de Comunicação e Semiótica não dialogam com as demais do curso. Por isso, a iniciativa de propor essa interação entre os conteúdos e demais disciplinas.

Por outro lado, percebeu-se, também, que alguns cursos, por serem de cunho muito práticos, perdem a possibilidade de trabalhar alguns conceitos essenciais para o entendimento de um contexto para o qual os estudantes estão projetando e se preparando para o mercado. A Comunicação e Semiótica permite a discussão sobre alguns pontos de vista como: ideologia das marcas, visão de mundo e suas simbologias. E só faz sentido se compreendida dessa forma,

como parte do cotidiano do fazer projetual quando o futuro profissional terá que pensar todos os processos comunicacionais de sua criação.

Em todas as etapas dos projetos de Design, a Comunicação está presente, seja no despertar para os aspectos visuais, sensoriais, sonoros; seja na utilização desse objeto com orientações para a sua funcionalidade, facilidade de acesso e interação com o usuário e até mesmo na divulgação do produto/marca. Desde o momento em que se pensa em uma ideia para um projeto, a Comunicação está presente, na definição de um conceito, de um caminho a ser percorrido. As escolhas das etapas projetuais perpassam pelas reflexões de Comunicação e Semiótica, desde a idealização do que projetar, escolha de cores, materiais até a colocação do produto no mercado e sua divulgação.

O mercado contemporâneo e a realidade fora das universidades têm exigido cada vez mais ambientes, produtos ou serviços que proporcionem experiências aos seus usuários. A máxima "forma segue função" criada no final do século XIX, foi um princípio de Design criado pelas escolas Bauhaus (1919) e aprimorado pela Escola Ulm (1953 a 1968).

Na Bauhaus, buscava-se a união entre arte, técnica e funcionalidade, com base na produção industrial. Os produtos precisavam expressar sua função por meio da forma. Na Escola Ulm, a estética deveria vir da lógica do uso e da produção.

Apesar de a forma e a função serem essenciais no pensamento do campo do Design, é preciso se pensar em uma visão mais crítica sobre o contexto atual da sociedade. Para isso, os conceitos do Design emocional, Design centrado no usuário e em suas experiências cotidianas foram se tornando indispensáveis. O campo da Comunicação e Semiótica no Design se fortaleceu e foi se solidificando a partir dessas necessidades. Não se pode pensar apenas na utilidade prática do objeto, mas também em seus aspectos simbólicos, afetivos e culturais. Os futuros profissionais precisam entender esses contextos sociais e comunicacionais do se fazer Design.

Espera-se, com essa pesquisa, poder contribuir para reflexões sobre o ensino de Design no Brasil, no que tange à escolha de conteúdos que façam o discente ser um ator crítico e consciente do seu fazer projetual. É necessário que ele esteja preparado para desenvolver sua ideia de forma pragmática, mas também conceitual. Para isso, é imprescindível que a lógica da distribuição e implementação de conteúdos nos Projetos Político Pedagógicos não seja simplesmente um manual para execução de projetos.

Por fim, entende-se que, para além de seu objetivo geral, a tese gera uma reflexão sobre a necessidade de conscientização de todo o corpo docente dos cursos de Design, especialistas ou não em Comunicação e Semiótica, a fim de promover o diálogo sobre os planejamentos e conteúdos das diferentes disciplinas. Isso poderia incentivar a integração natural dos conteúdos de Comunicação e Semiótica no currículo e fortalecer a formação integral do graduando em Design. Sabe-se que essa sensibilização dos professores é um desafio para a realidade de graduações com perfis tão diferenciados em todo o país, mas se faz necessária. Seria uma mudança cultural capaz de valorizar a integração entre os professores das disciplinas teórico e práticos, em torno de projetos integrados e com a valorização do ensino transversal. Não se trata de uma visão ingênua de se pensar na prática de todas as propostas, mas sim de se repensar a necessidade de se revisitar conceitos pré-estabelecidos para a execução de projetos de Design que valorizem os conteúdos teóricos do curso. Esses conteúdos só fazem sentido no momento em que o discente viabiliza a sua aplicação e entende a sua relevância na prática.

O diálogo interdisciplinar, a formação de uma compreensão sólida e contextualizada dos conteúdos teóricos, pode promover uma aprendizagem contínua e progressiva, tendo a Comunicação e Semiótica como um aglutinador entre as áreas durante o curso. A pesquisa empírica com os questionários e, posteriormente, as entrevistas, demonstraram que os docentes reconheceram que a implementação de uma abordagem sequencial e progressiva, que revise os conceitos de forma contínua ao longo do percurso acadêmico, potencializa a internalização dos conhecimentos. A interdisciplinaridade promove uma maior profundidade e maturidade na compreensão da relação entre teoria e prática. Essa lógica favorece uma aprendizagem mais sólida, capaz de sustentar projetos de maior fundamentação conceitual, resultando no desenvolvimento de competências essenciais para a atuação do graduando em Design.

Assim, acredita-se que os três eixos de distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica para os cursos de Design possam suscitar as discussões sobre o ensino nesse campo e contribuir para reflexões futuras. Como lacunas da pesquisa, reconhece-se a possibilidade de estudos sobre cursos não contemplados na tese, bem como uma pesquisa com egressos tanto dos cursos estudados como de outros, a fim de demonstrar uma visão crítica de ex-alunos sobre os conteúdos vistos durante a graduação. Tais lacunas poderiam resultar em desdobramentos da pesquisa capazes de contribuir para o processo ensino-aprendizagem, gerando reflexões futuras sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Taís; *et al.* Relatório final sobre a conversação Design, Comunicação e Semiótica. **Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: Blucher, 2022. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/relatorio-final-sobre-a-conversao-design-comunicacao-e-semitica-38364>. Acesso em: 15 abr. 2024.
- BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BOAVENTURA, Katrine Tokarski; BARBOSA, Rodrigo Miranda. A proposta interdisciplinar de Innis e McLuhan e a pesquisa. In: MARTINO, Luiz Claudio; FERREIRA, Giovandro Marcus; HOHLFELDT, Antonio Carlos; MORAIS, Osvando J. de (orgs.). **Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá**. Salvador: EDUFBA, 2013. v. 2, p. 55-72.
- BOAVENTURA, Katrine Tokarski. Interdisciplinaridade e comunicação: contribuições e críticas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 34., 2011, Recife. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife: Intercom, 2011.
- BOAVENTURA, Katrine Tokarski. O que dizem as teorias da comunicação sobre o estatuto interdisciplinar da área? Uma análise das origens da interdisciplinaridade na comunicação. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 2., 2014, Braga. **Anais do II Confibercom: Os desafios da investigação**. Braga: Confibercom, 2014. p. 4364-4373.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. Pós-fácio. In: COUTO, Rita Maria de Souza. **Escritos sobre design no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.
- BRAIDA, Frederico. Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação possível. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 5., 2009, Bauru. **Anais do 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design**. Bauru: [s.n.], 2009. p. 2167-2174. Disponível em: http://www.ufjf.br/frederico_braida/publicacoes/. Acesso em: 12 maio 2023.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. **Por que design é linguagem?** Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

BRASIL. **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design**. 2004. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf. Acesso em: 24 jan. 2024.

BRASIL. **Lei nº 4.024**, de 20 de dezembro de 1961. Fixa as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1961. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4024-20-dezembro-1961-353722-publicacaooriginal-1-pl.html>. Acesso em: 18 jan. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.005**, de 25 de junho de 2014. Aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm. Acesso em: 4 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm. Acesso em: 4 set. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 2 abr. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior – Cadastro e-MEC**. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/emec/nova>. Acesso em: 30 jan. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CES n. 5, de 8 de março de 2004. Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 15 mar. 2004, Seção 1, p. 24. Republicada em: **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1º abr. 2004, Seção 1, p. 19. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf. Acesso em: 5 jan. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria nº 390**, de 23 de agosto de 2021. Brasília, DF: MEC, 2021. Disponível em: <https://abmes.org.br/arquivos/legislacoes/Portaria-Inep-390-2021-08-23.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2024.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CARDOSO, Cilene Estol. **Processos de significação no design**: proposta de intervenção para disciplinas de Semiótica em cursos de graduação em design no Brasil. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

CARDOSO, Deborah Camila Viana; ARAÚJO, Wânia Maria de. **Design e interdisciplinaridade:** aproximações possíveis com a antropologia. São Paulo: Blucher, 2018. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-e-interdisciplinaridade-aproximaes-possveis-com-a-antropologia-28202>. Acesso em: 14 jan. 2025.

CARDOSO, Débora; CAMPOS, Cláudia; REZENDE, Edson José Carpintero. História, legislação educacional e o ensino do design no Brasil: dos currículos mínimos às diretrizes curriculares nacionais. **Revista Transverso:** Diálogos entre Design, Cultura e Sociedade, Belo Horizonte, v. 11, p. 77-94, 2022. Disponível em: <https://revista.uemg.br/transverso/article/view/5605>. Acesso em: 10 mar. 2024.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Blucher, 2008.

CARLOMAGNO, Márcio; ROCHA, Leonardo. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba, v. 7, n. 1, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/45771>. Acesso em: 25 mar. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CASTRO, Juliana Bonformagio; IMBRONITO, Maria Isabel. A superfície decorada do ladrilho hidráulico e os movimentos *arts and crafts*, *art nouveau* e *art déco*. In: **Educação Gráfica**, Brasil, Bauru. ISSN 2179-7374. V. 24, No .1. abril 2020, 412 – 428.

COUTINHO, Taís de Souza Alves; BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. Comunicação e design sob uma perspectiva epistêmica. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 27., 2024, Barbacena. **Anais do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.** Barbacena: Intercom, 2024. p. 1-6. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/1888/050320241021516634e4ef8f54d.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2025.

COUTINHO, Taís de Souza Alves; BRAIDA, Frederico. Design, comunicação e semiótica: estudo das publicações sobre o tema na plataforma de periódicos da Capes. **Pensamentos em Design**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 69-78, 2024. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/pensemdes/article/view/8596>. Acesso em: 28 nov. 2024.

COUTO, Rita Maria de Souza. **Escritos sobre o ensino do design no Brasil.** Rio de Janeiro: Rio Books, 2008.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs:** capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995-1997.

DESIGN UFMG. **Conteúdo programático/disciplinas obrigatórias.** Disponível em: https://drive.google.com/file/d/0B_pOpdzjnDqkMjZINIZ2OG93M3RoNEw2TVRVZ21KX0xHVTlR/view?resourcekey=0-BE7M180KbWMCZmfNQRQkog. Acesso em: 23 mar. 2025.

ECO, Umberto. **A estrutura ausente:** introdução à pesquisa semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1968.

ECO, Umberto. **A theory of semiotics.** Bloomington: Indiana University Press, 1976.

ESCOLA DE DESIGN (UEMG). **História.** Disponível em: <https://ed.uemg.br/sobre-a-ed/historia/>. Acesso em: 28 mar. 2024.

FERRARA, Lucrécia. Comunicação e semiótica: das mediações aos meios. **Significação:** revista de cultura audiovisual, São Paulo, v. 35, n. 29, p. 81-97, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/29>. Acesso em: 3 abr. 2025.

FERREIRA, Eduardo Camillo K; BRAGA, Marcos da Costa A proposta de Currículo Mínimo de Desenho Industrial e Programação Visual de 1979: ideias do percurso de sua constituição. **13º Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** Joinville: Univille: 2018. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/download/602/326>. Acesso em 23 jan. 2024

FERREIRA, Patrícia Castro; COUTO, Rita Maria de Souza. Sob o olhar do design: a construção de um ponto de vista. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, 2012. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/84/81>. Acesso em: 9 jul. 2025.

FIORIN, José Luiz. Semiótica e comunicação. **Revista Galáxia**, São Paulo, v. 8, 2004. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1390/869>. Acesso em: 17 fev. 2024.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ranking universitário Folha:** ranking de cursos de graduação. Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2024/ranking-de-cursos/design/>. Acesso em: 8 jan. 2025.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo:** design e sociedade desde 1750. Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto:** sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2013.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Apresentação ENADE**. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/avaliacao-e-exames-educacionais/enade>. Acesso em: 24 jan. 2024.

IRIBARRY, Isac Nikos. Aproximações sobre a transdisciplinaridade: algumas linhas históricas, fundamentos e princípios aplicados ao trabalho de equipe. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 16, n. 3, p. 483–490, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-79722003000300007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prc/a/D4YgwJqvQh495Lgd6JGSHLz/?lang=pt>. Acesso em: 26 mar. 2024.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

INEP. **ENADE**. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/enade>. Acesso em: 23 jan. 2024.

LANDIM, Paula. **Design, empresa, sociedade**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/vtxgm/pdf/landim-9788579830938.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2024.

LONA, Miriam Therezinha; BARBOSA, Ana Mae Tavares Bastos. O ensino de Design no Brasil: formação das escolas, diretrizes curriculares nacionais e ENADE. **DATJournal**, v. 5, n. 2, p. 53-75, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.29147/dat.v5i2.192>. Acesso em: 25 set. 2023.

MACHADO, Irene; ROMANINI, Vinícius. Semiótica da comunicação: da semiose da natureza à cultura. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 89–97, 2010. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2010.2.7546>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/7546>. Acesso em: 17 fev. 2024.

MALDONADO, Tomás. **Industrial design: a formação de uma profissão**. Documento lido na 2ª Assembleia Geral da ICSID, Veneza, Itália, 14-17 set. 1961.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINO, Luiz Claudio. As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In: **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Quando a semiótica se tornou uma teoria da comunicação? Um estudo de sua presença em livros-texto (1969-2018). **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, v. 7, n. 16, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/3689>. Acesso em: 17 fev. 2024.

MATRIZ DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL. **Universidade Federal do Rio de Janeiro**. Disponível em: <https://www.siga.ufrj.br/sira/repositorio-curriculo/BEB0D421-92A4-F79D-77AC-F1C02342710E.html>. Acesso em: 23 mar. 2025.

MEC. Ministério da Educação. **Áreas de Comunicação e Artes**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/consulta_artes.pdf. Acesso em: 24 jan. 2024.

MEC. Ministério da Educação. **E-MEC: consulta interativa e consulta textual**. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/emec/nova>. Acesso em: 24 jan. 2024.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil: origens e instalação**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

NOJIMA, Vera Lúcia. **Design, comunicação e semiótica: estudo e pesquisa das relações transversais**. Teresópolis: Editora 2AB, 2010.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1968.

PIMENTA, Francisco. O potencial da semiótica para a comunicação. In: **Percursos epistemológicos comunicacionais no Brasil: 20 anos do GT de Epistemologia da Comunicação da Compós (Ebook)**. Goiânia: Cegraf/UFG, 2022. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/Percursos_epistemolo%CC%81gicos_comunicacionais_no_Brasil_Final_15_12.pdf. Acesso em: 17 fev. 2024.

PONTE, Raquel Ferreira da. **Design sob uma perspectiva peirceana: o processo de criação de existências e suas consequências práticas**. Tese (Doutorado em Design) — Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO (PUC-RIO). **Currículo do curso de Design**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/design.html>. Acesso em: 22 mar. 2025.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUC-SP). **Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica: mestrado e doutorado**. São Paulo: PUC-SP, 2025. Disponível em: <https://www.pucsp.br/pos-graduacao/mestrado-doutorado/comunicacao-e-semiotica>. Acesso em: 04 ago. 2025.

PORVIR. **Entenda as 10 competências gerais que orientam a Base Nacional Comum Curricular**. Disponível em: <https://porvir.org/entenda-10-competencias-gerais-orientam-base-nacional-comum-curricular/>. Acesso em: 8 abr. 2025.

RAZZA, Bruno Montanari et al. A implantação do ensino de design no Brasil: considerações sobre o momento histórico e o modelo adotado. **Educação Gráfica**. Disponível em: <https://www.educacaografica.inf.br/artigos/a-implantacao-do-ensino-de-design-no-brasil-consideracoes-sobre-o-momento-historico-e-o-modelo-adotado>. Acesso em: 9 jan. 2024.

RIBEIRO, Juliana Pontes. Paradigmas e conceitos interdisciplinares entre o design e a comunicação. **Educação Gráfica**, Bauru, v. 19, n. 2, 2015. Disponível em: <https://www.educacaografica.inf.br/artigos/paradigmas-e-conceitos-interdisciplinares-entre-o-design-e-a-comunicacao-paradigms-and-concepts-interdisciplinary-between-the-design-and-communication>. Acesso em: 8 jan. 2024.

ROMANINI, Vinícius. **Design como comunicação: uma abordagem semiótica**. São Paulo: FAUUSP, 2011. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1182393/mod_resource/content/1/Design%20como%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20uma%20abordagem%20semi%C3%B3tica.pdf. Acesso em: 30 mar. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos: semiose e autogeração**. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANTAELLA, Lucia. Há como escamotear as questões do método? **Organicom**, São Paulo, v. 13, n. 25, p. 50–68, 2016. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139338>. Acesso em: 04 ago. 2024.

SANTAELLA, Lucia. Memória e perspectivas da semiótica no Brasil. **Intexto**, Porto Alegre, n. 37, p. 22–33, dez. 2016. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201637.22-33>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/68862>. Acesso em: 22 fev. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANTOS, Maíra Rocha; SILVA, André Ribeiro. Pesquisa em comunicação e semiótica: o Brasil no cenário internacional. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 11, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/34036/28686/380292>. Acesso em: 17 fev. 2024.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira. **Notas para uma história do design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

TORRES, Myrla Lopes. A relevância do estudo da teoria da comunicação e da semiótica na formação e no aperfeiçoamento do profissional de design. **Revista Design em Foco**, v. 3, n. 2, p. 103-115, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/661/66111515008.pdf>. Acesso em: 8 jan. 2025.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS (UEMG). **Projeto pedagógico do curso de Bacharelado em Design**. Ubá, 2022. Aprovado por Resolução COEPE/UEMG nº 346, de 12 abr. 2022. Disponível em: <https://intranet.uemg.br/comunicacao/arquivos/Arq20170621140547PP.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2025.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAUUSP). **Projeto político pedagógico do curso de Design**. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.fau.usp.br/wp-content/uploads/2021/02/ProjetoPoliticoPedagogicoPPP-Design.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (UFES). Centro de Artes. **Projeto pedagógico do curso de graduação em Design**. Vitória, 2020. Aprovado pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFES em 18 dez. 2020. Disponível em: https://design.ufes.br/sites/design.ufes.br/files/field/anexo/projeto_pedagogico-design.pdf. Acesso em: 15 fev. 2025.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 17 fev. 2025.

WORLD DESIGN ORGANIZATION (WDO). **Definition of Industrial Design**. Montreal: WDO, 2015. Disponível em: <https://wdo.org/about/definition/>. Acesso em: 23 set. 2025.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário(a) da pesquisa CONTRIBUIÇÕES DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN. A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil, com o objetivo de propor um modelo de um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica. Solicita-se a indicação de novos participantes para a pesquisa.

Caso você concorde em participar, aplicaremos um questionário. Esse questionário será respondido de forma não presencial por meio virtual (através do formulário do Google Forms), com perguntas de múltipla escolha e abertas. Você só participará da pesquisa e terá acesso às perguntas do questionário após o seu consentimento através deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Nós garantiremos o seu anonimato. Esta pesquisa tem risco mínimo; os riscos são: possível identificação na divulgação dos resultados e possível constrangimento no momento da pesquisa. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, nos comprometemos a tomar todos os cuidados para evitar referências a possíveis características que possam permitir a identificação do participante. Sua participação na pesquisa será considerada caso clique na opção “enviar” que aparecerá no final do questionário. Não haverá gravação da sua imagem nem do seu áudio. Caso se sinta constrangido ao responder alguma pergunta, basta parar de responder, e fechar esta página da internet. Nós faremos uma revisão criteriosa no texto para não haver vazamento de informações confidenciais. Os benefícios para os participantes acontecerão de forma indireta, uma vez que poderá refletir em suas práticas metodológicas, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil.

Para participar deste estudo é necessário que idade superior a 18 (dezoito) anos e seja coordenador(a) e/ ou professor de disciplinas relacionadas à Comunicação em cursos de graduação em Design. Você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano causado pela pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido(a).

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Caso você queira guardar uma cópia deste TCLE, sugerimos copiar este texto. Você também poderá fazer a solicitação da cópia do texto para a pesquisadora. Se desejar, nós enviaremos

uma cópia para você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução No 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Por favor, responda somente uma vez a esta pesquisa. Se for responder no celular, recomendamos que ele fique na horizontal para não cortar parte das questões ou das opções de resposta. Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

(32) 99910-3091

E-mail: taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da UFJF

Faculdade de Comunicação/ UFJF/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos CEP: 36036-330

Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602

Caso você tenha qualquer dúvida sobre os aspectos éticos deste estudo, pode entrar em contato com o CEP- UFJF, cujo endereço e formas de contato estão descritos abaixo:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos – UFJF

Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa

Rua Lourenço Kelmer, s/n. Bairro São Pedro Juiz de Fora, MG

CEP: 36036-900

Fone: (32) 2102- 3788

E-mail: cep.propp@ufjf.br

Por favor, responda somente uma vez a esta pesquisa. Se for responder no celular, recomendamos que ele fique na horizontal para não cortar parte das questões ou das opções de resposta. Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

(32) 99910-3091

E-mail: taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da UFJF Faculdade de Comunicação/ UFJF/

Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos

CEP: 36036-330 Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602

1.E-mail

*

Se o/a senhor/a concordar em participar, por favor, assinale a opção abaixo. Em caso de dúvida sobre a pesquisa, o/a senhor/a poderá entrar em contato com os/as pesquisadoras/es responsáveis, nos telefones acima.

Marcar apenas uma oval.

() CONCORDO

() DISCORDO

Pular para a seção 3 (Como você não concordou com os termos, você não terá acesso às perguntas da pesquisa.)

1. Nome completo:

*

2. Idade

*

Marcar apenas uma oval.

() 18 a 30

() 31 a 40

() 41 a 50

() acima de 51

3. Instituição em que atua:*

4. Nome do curso em que atua:*

5. Disciplinas que ministra*:

6. Tempo de profissão (anos)*

7. Formação profissional:*

Marcar apenas uma oval.

- () graduação
- () especialização
- () mestrado
- () doutorado
- () pós-doutorado

8. Em qual área?*

9. Há quanto tempo você está na atividade de ensino de Comunicação e ou Semiótica no curso de Design? (resposta em anos)

10. De 0 a 10, qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de graduação em Design? *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

() () () () () () () () () ()

Pouco

Muito importante

11. Como você considera a relação entre teoria e prática da disciplina Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design?

Marcar apenas uma oval.

- () pouco aplicada
- () parcialmente aplicada
- () totalmente aplicada
- () outro _____

12. Você considera o conteúdo/ ementa e a carga horária da disciplina suficientes para a formação do estudante de Design?

Marcar apenas uma oval.

- () parcialmente suficientes
() totalmente suficientes
() Outro: _____

13. Para você, como acontecem as relações entre Comunicação, semiótica e design no curso de graduação em que você atua?

14. Alguma sugestão a dar sobre esse tema da pesquisa?

15. Você gostaria de participar da 2ª etapa da pesquisa, constituída por uma entrevista online?

Marcar apenas uma oval.

- () sim
() não
() outro: _____

16. Na entrevista, teremos a oportunidade de conversar sobre as questões apresentadas neste questionário.

Se sim, favor indicar: Nome

Telefone (WhatsApp):

E-mail: _____

17. Indique outras pessoas que possam colaborar com o estudo. (Nome)

Telefone (WhatsApp) e/ou e-mail:

Como você não concordou com os termos, você não terá acesso às perguntas da pesquisa. Deixamos nossos agradecimentos.

RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS

Se o/a senhor/a concordar em participar, por favor, assinale a opção CONCORDO abaixo. Se discordar, será encaminhado para o final do questionário.

Em caso de dúvida sobre a pesquisa, o/a senhor/a poderá entrar em contato com os/as pesquisadoras/es responsáveis, nos telefones acima.

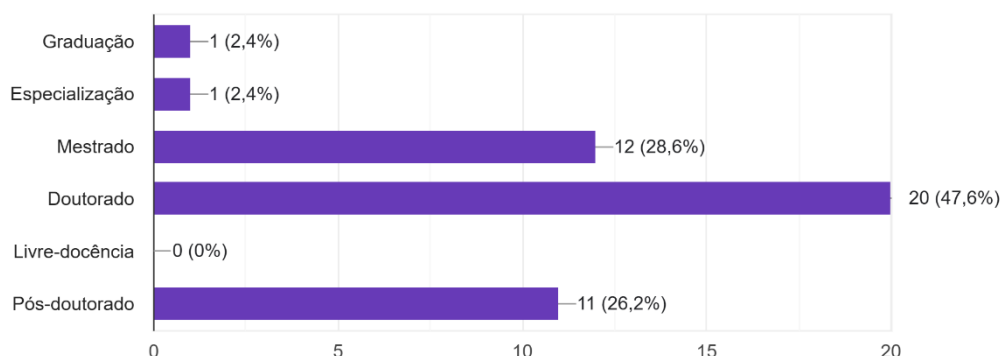
Se o/a senhor/a concordar em participar, por favor, assinale a opção CONCORDO abaixo. Se discordar, será encaminhado para o final do quest...squisadoras/es responsáveis, nos telefones acima.

42 respostas



Formação acadêmica:

42 respostas



Em qual(is) área(s) se deu a formação acadêmica?

[Exemplo: graduação em Design, mestrado em Comunicação e Semiótica]

42 respostas

Graduação em Design de Produto, mestrado em Design e Doutorado em Design.

Graduação e Mestrado em Comunicação Social. Doutorado em Design.

Graduação em Arquitetura e urbanismo / pós graduação em design

Graduação em Design, Mestrado em Gestão de Projetos

Graduação em Design de Moda; Graduação em Artes Visuais; Graduação em Pedagogia;
Graduação em Ciências Humanas.

Design

Graduação e mestrado em Arquitetura e Urbanismo

Graduação Design Gráfico, mestrado Comunicação e Linguagem

graduação em design, mestrado em cultura visual e doutorado em comunicação

Graduação em Design, Mestrado em Artes Visuais, Doutorado em Design, Pós-Doutorado em Design

Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica, especialista em Museologia, graduada em Licenciatura Plena em Educação Artística e em Desenho Industrial com habilitação em Comunicação Visual

graduação em design, mestrado e doutorado em arquitetura e urbanismo

Graduação em comunicação social, mestra e doutorado em Poéticas Visuais

graduação Letras, mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica, pós-doutorado em Filosofia da Biologia e Ciência Cognitiva

Graduação em Moda, mestrado em Design e Marketing, Doutorado em Eng. Têxtil

Graduação em Desenho Industrial, Especialização em Inovação e Difusão Tecnológica, Mestrado em Engenharia Ambiental e Tecnologias Limpas, Doutorado em Design.

Graduação em Moda, Administração e pós graduada em Gestão Empresarial e MBA em Negócios e estética da moda.

Letras (Português/Inglês)

Graduação em Comunicação. Pós em Fotografia (Barthes). Doutorado em Fotografia (Peirce). Pós-doutorado (Foucault).

Graduação em Estilismo e Moda, Mestrado e Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo

Graduação em Design, Mestrado em Educação, Doutorado em Comunicação e Semiótica

Graduação em Desenho Industrial, especialização em Técnicas de Representação Gráfica, mestrado em Design.

graduação em design/mestrado em design

Graduação em Design de Moda, Mestrado em Economia Doméstica.

Graduação em Design de Produtos e Mestrado em Arquitetura e Urbanismo

GRADUADA EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS, MESTRADO EM ARTE, PATRIMÓNIO E MUSEOLOGIA, DOUTORANDA EM EDUCAÇÃO

Graduação em Design Gráfico, Mestrado em Comunicação e Semiótica, Doutorado em Comunicação e Semiótica (cotutela Sciences du Langage - Sémiotique).

graduação acadêmica

Bacharel em Jornalismo, Teologia e Psicologia; especializada em Marketing; Mestrado e Doutorado em Teologia da Comunicação.

Graduação em Design

Arquitetura e arte

Graduação em Design e Mestrado em Design

Graduação em Desenho Industrial com habilitação em Comunicação Visual (PUC-RIO). Mestrado em design (PUC - RIO). Doutorado em Design (ESDI-UERJ)

graduação em Desenho Industrial - Programação Visual (atual Design Gráfico), mestrado em Design - Desenho do Produto, doutorado em Design - Desenho do Produto

Graduação em Jornalismo (PUCCAMP) - Doutorado em Comunicação e Semiótica (PUC-SP)

graduação em design, mestrado em biodesign

Graduação em Desenho Industrial / Projeto de Produto; mestrado em Engenharia de Produção / Gestão e Inovação; doutorado em Design.

Doutorado em Comunicação Social

Graduação em Comunicação Social - Cinema, Mestrado e Doutorado em Design.

graduação em Design. Mestrado em Educação.

Graduação em Pedagogia, Marketing, Tecnologias Educacionais. Mestrado e Doutorado em Ciências. Pós Graduação em Neuroeducação e Design Instrucional

Design em todos os níveis.

Instituição (ões)/ curso(s) e cargo (s) em que atua (ou) nos últimos cinco anos (2020 a 2024):

[Exemplo: UFJF / Bacharelado em Design/ professor (a); UEMG/Bacharelado em Design/ coordenador (a) de curso]

42 respostas

UEMG/Doutoranda em Design (até 2021) e UFJF/Bacharelado em Design/professora (2014 - atual).

Universidade Anhembi Morumbi Coordenador de Curso de Design (2020 a 2023) Professor de Design (2020 a 2024)

UAM - Bacharelado de Design Gráfico e Design Digital; SENAC Bacharelado em Design, Tecnólogo Produção e Multimídia

Centro Universitário Uniasselvi de Brusque / Coordenador do Curso de Bacharelado em Design de Moda

UEMG / Bacharelado em Design; UEMG / Coordenador de Pesquisa Unidade Acadêmica

UFSC

UEMG / Bacharelado em Design / Professor e Coordenador do curso.

Docente cursos de Design - Universidade Positivo - Curitiba - PR

UFAL/ bacharelado em Design / professora e coordenadora de curso

UFMG/Bacharelado em Design/professor; UFMG/Mestrado em Design/coordenador/Universidade do Minho/Mestrado em Design/professor/pesquisador

Centro Universitário Senac - Santo Amaro / professora nos cursos de Bacharelado em Design, Tecnologia em Design Gráfico e Design de Moda / coordenadora de curso

Bacharelado em design, professora

professor arte e design - ESPM POA / Coordenador curso Design - PUCRS

Artes (UFJF), Comunicação (UFJF)

Beach. em Moda, Design e Estilismo - UFPI

UFRGS / Bacharelado em Design de Produto / Professor / Coordenador de Curso / Vice-Diretor da Faculdade

Uniasselvi Brusque/Curso de Design de Moda/ Professora - Uniasselvi Brusque/Curso de Administração/ Professora - Uniasselvi Brusque/Curso de Publicidade Propaganda/ Professora

UERJ (DOCENTE) / SENAI (DOCENTE / UFF (PESQUISADORA)

Bacharelado em Comunicação Visual Design/EBA/UFRJ: professor e chefe de departamento.

UNIFSA/ Pós Graduação em Moda, Varejo e Comportamento do Consumidor/ Coodenador do Curso. UFPI/Bacharelado em Moda, Design e Estilismo/professor.

UFRJ/Bacharelado em Design/ Bacharelado em Design de Interiores/ Licenciatura em Educação Artística - Desenho.

Unijui - Design e Arquitetura - professora e coordenadora

UEMG/Bacharelado em Design/Professor.

UEMG / BACHARELADO EM DESIGN

BACHARELADO EM DESIGN DE MODA- UFPI

Centro Universitário Belas Artes de São Paulo / Pós-graduação lato sensu (várias) / professor; Universidade Presbiteriana Mackenzie / Graduação em Publicidade e Propaganda / professor.

UFJF/Bacharelado em Design

PUCPR - Escola de Humanidades/Eixo Humanístico; Diversos cursos da Escola Politécnica e Multiartes (desde 2020) lecionando disciplinas de formação humana (Cultura Religiosa/Teologia e Sociedade). FASBAM - Curso de Filosofia, disciplinas de Comunicação e Libras (desde 2017) Claretiano a Curso de Teologia, disciplinas de Comunicação, Pastoral e Sociologia (desde 2006)

UFJF / Bacharelado em Design/ professor

UFRGS

UEMG / Mestrado em Design / Professor Efetivo

UVA - Universidade Veiga de Almeida

UFU / Bacharelado em Design / professor / coordenador de curso

UFES - Bacharelado em Design - Professora UFES e Coordenadora Curso Design UFES (2024-2026)

PUC-Rio / Bacharelado em Design e Mestrado em Biodesign

UFMG / Bacharelado em Design / professora e coordenadora de curso.

Instituto Mauá /Bacharelado em Design / coordenador/professor

UFRJ / Bacharelado em Comunicação Visual Design / Coordenadora eventual atualmente

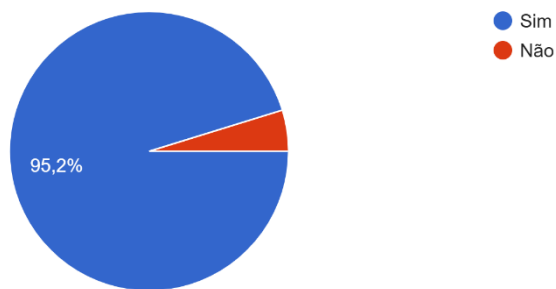
Unochapecó. Bacharelado em Design. Professor e coordenador de curso Unochapecó.

Universidade Estácio de Sá - docente pesquisador e coordenador de curso; Fiocruz do cento no mestrado profissional e designer instrucional

Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais

Nos últimos cinco anos (2020 a 2024) você ministrou disciplina(s) em algum curso de bacharelado em Design?

42 respostas



Qual(is) disciplina (s) ministrada(s) nos últimos cinco anos (2020 a 2024) no bacharelado em Design?

[Exemplo: UFJF / Bacharelado em Design/ Semiótica do design gráfico; UEMG/Bacharelado em Design/ Comunicação e Semiótica I, Comunicação e Semiótica II, Comunicação Aplicada ao Design]

39 respostas

[1] Prática de Produto I; [2] Prática de Produto II; [3] Processo Criativo; [4] Produção Artesanal; [5] Design de Jóias e Acessórios; [6] Representação Técnica.

Metodologia de Projetos; Projeto de Graduação em Design; Estágio em Design; Game e Level Design; Game Studies; Design de Games: Transmídia; Pesquisa em Design de Games; Produção em Design de Games

Imagem e Identidade Visual; TCC design Gráfico; Linguagem Visual

Centro Universitário Uniasselvi de Brusque / Bacharelado em Design de Moda / Metodologia de Projeto, Teoria e Fundamentos do Design, Ateliê de acessórios, História do design, Desenho digital

Introdução ao Design de Moda; Design de Moda; Design Universal; Prática Projetual; Expressão Gráfica; Representação Técnica; Planejamento do Vestuário; Design e Sociedade; Madeira e seus derivados.

Projeto de Produto, Modelos e Protótipos, Gestão de Projetos

UEMG / Bacharelado em Design / Desenho Geométrico; Representação Técnica 1; Representação Técnica 2; Processo Criativo; Introdução ao Design de Ambiente; Design de Ambiente; Introdução do TCC; TCC.

Semiótica (desde 2003 - o nome da disciplina mudou para Processo de Significação Aplicado ao Design desde 2020/21) / Fundamentos do Design / Projeto (chamamos de Soluções em Design - para identidade visual e eletro) / TCC

Introdução à metodologia visual, design editorial, sistema de identidade visual, design cultura e comunicação, materiais e processos gráficos

UFCG/Estética/Semântica e Semiótica do Produto

Fundamentos em Design, História da Arte; Metodologia para TCC; TCC.

Teoria e Prática da Cor, Análise da Forma

ESPM SUL - Linguagem Visual, Embalagem, Forecasting & Coolhunting, Arte e Tecnologia. Criatividade, Pensamento Artístico, Métodos e Processos, Desenho Livre, Cor + Percepção e Tendências, Projeto de Graduação em Design PUCRS - Laboratório Interdisciplinar de Inovação, Introdução ao Design, Design Publicitário, Sinalização e Wayfinding

Semiótica, Arte e Escritura

Psicossociologia da Manhã da, Teoria da Moda e Teoria e Princípios do Design

UFRGS / Bacharelado em Design de Produto / Projeto de Produto 1, Análise e Representação da Forma II (aula de desenho manual - sketch)

Uniassevi Brusque/ Bacharelado em Design de Moda/ Semiótica. Uniassevi Brusque/ Bacharelado em Design de Moda/ História do Design.

SEMIÓTICA; INGLÊS TÉCNICO/ TCC E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

UFRJ, Bacharelado em Comunicação Visual Design: Fotocriação; Projeto de Comunicação Visual; Tópicos Especiais.

UFPI/Bacharelado em Estilismo e Moda/ Comunicação e Marketing de Moda, Análise de Tendências, Vitrinismo, Metodologia Científica

UFRJ/ Bacharelado em Design Industrial/ Sistemas Geométricos de Representação I, Geometria Descritiva I, Geometria Descritiva Fundamentos.

Design de embalagem - projeto de vestuário - projeto integrador - história do design

UEMG/ Bacharelado em Design/ Desenho Geométrico, Introdução ao Design de Serviços, Prática Projetual III, Representação Técnica II

Metodologia de Projeto, Metodologia de Design, Expressão Gráfica III, Expressão Gráfica IV, Introdução ao Design Gráfico, Design Gráfico, Introdução ao Design de Logotipos, Empreendedorismo e Gestão, Estudos de Mercado.

BACHARELADO EM DESIGN DE MODA/ANÁLISE DE TENDÊNCIA, PESQUISA DE MODA, PRODUÇÃO DE MODA, CURADORIA DE EVENTOS DE MODA

Desenho Geométrico; Ergonomia; Design Inclusivo; Ergonomia no trabalho; Psicologia, percepção e Forma

PUCPR - bacharelado em Design - Cultura Religiosa/Teologia e Sociedade. É trabalhado a questão de análise do Sagrado em composições de design.

UFJF / Bacharelado em Design/ Semiótica do design gráfico

UEMG / Bacharelado em Design de Produto / Prática Projetual - Design e Escalas de Produção, Prática Projetual - Design e Mobilidade, Prática Projetual - Design Estratégico, Metodologia Aplicada ao Design, TCC 1 e TCC2

Nos cursos de Tecnologia em Design (Gráfico, Interiores e Animação): Semiótica. Projeto de Design Gráfico (TCC). Métodos em Projetos Criativos. Ergonomia e Design Universal. Produção Gráfica. Tipografia. Direção de Arte. Projeto de Produção Editorial. Projeto de Embalagem. Portifólio e Presença Digital. Infografia Digital. Cenografia. Projeto de Design de Mobiliário. Nos cursos de Bacharelado em Design de Moda: Semiótica. Métodos em Projetos Criativos. Ergonomia e Design Universal.

Projeto I; Modelagem Digital; Comunicação Visual III; Materiais e Processos

UFES - Bacharelado em Design - Semiótica das Mediações I, II e III; Design e Cinema, PIC 3 (Projeto Integrado à Comunidade 3 - Produção de podcast)

Interfaces Físicas e Lógicas e Objetos Inteligentes

UFMG / Bacharelado em Design / Design e Linguagem / Introdução ao Design / Design e Teoria do Objeto / Ética, Legislação e Propriedade Intelectual / Design e Território / Food Design

Design Gráfico

UFRJ / Planejamento e Processos Gráficos; Tecnologia e Artes Gráficas; Projeto em Comunicação Visual A (Identidade Visual); Análise da Imagem D (Semiótica)

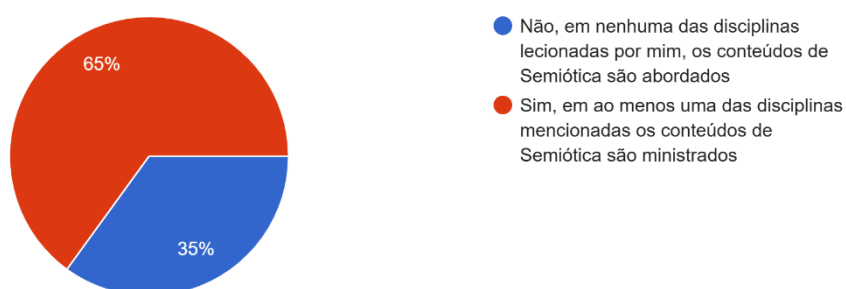
Unochapecó. Materiais e Processos de Transformação. ABEx. Desenho com Instrumentos.

Antropologia Cultural aplicada; Moda, Sociedade e Cultura

Prática Projetual em Design de Produto; Design/Bacharelado em Design de Produto; Bioinspiração/ Bacharelado em Design de Produto, Gráfico, Moda e Ambientes, também Licenciatura em Artes Visuais.

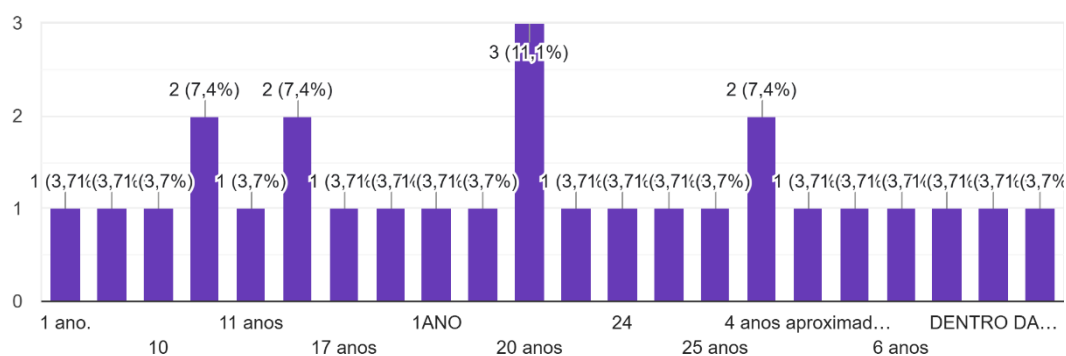
Em alguma(s) da(s) disciplina(s) citadas acima os conteúdos de Comunicação e Semiótica são ministrados? [Exemplos de conteúdos: Semiótica a...municação de um produto/objeto de Design etc].

40 respostas



Se sim, há quanto tempo você está na atividade de ensino de Comunicação e ou Semiótica em cursos de bacharelado em Design? (resposta em anos)

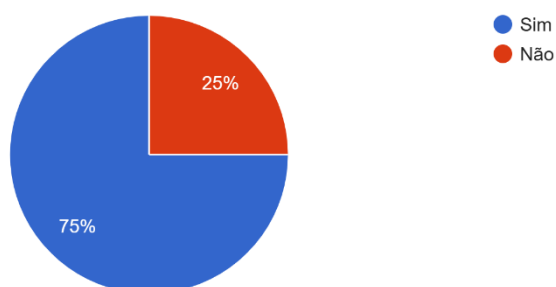
27 respostas



Para além da sua disciplina, você tem conhecimento de outras que ministram os conteúdos de Comunicação e Semiótica?

Para além da sua disciplina, você tem conhecimento de outras que ministram os conteúdos de Comunicação e Semiótica?

40 respostas



Se sim, qual (is) disciplina (s)?

32 respostas

Semiótica do Design Gráfico

Expressão Visual;

Design para Comunicação Integrada;

Estética e Princípios das Novas Mídias

Todas de projeto em Design e Linguagens

Linguagem visual

Introdução ao Design de Moda; Design de Moda; Design Universal; Expressão Gráfica; Representação Técnica; Design e Sociedade.

Semiótica

Design da Informação (especificamente Sintaxe, Semântica, Pragmática)

friso novamente COMUNICAÇÃO sim, semiótica não.

Projeto

Semiótica e Semântica do Produto

Todas as práticas de Design Visual

Teoria das Mídias, Semiótica da Arte e Literatura, Biossemiótica

Laboratório de Criatividade, Moda e Semiótica

SEMIÓTICA, PRÁTICA INTEGRADA DE CRIAÇÃO I, PRÁTICA INTEGRADA DE CRIAÇÃO II

NÃO CONSEGUI COMPREENDER SE A PERGUNTA ANTERIOR ERA SOBRE A EXISTÊNCIA DE OUTRAS DISCIPLINAS QUE EXISTEM NA GRADE E QUE LIDAM COM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA OU SE EU TENHO FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA EM OUTRAS DISCIPLINAS QUE VERSAM COM ESSES CONTEÚDOS

UFRJ, Bacharelado em Comunicação Visual Design: Análise da Imagem; Projeto e Tópicos oferecidos por outros professores

Psicossociologia da Moda

semântica e semiótica

Design de Moda e Design Gráfico.

Introdução ao Design Gráfico, Introdução ao Design de Logotipos, Design Gráfico

Psicossociologia da moda, Marketing de moda

A de semiótica propriamente dita e a de estudos de imagem para além dos elementos europeus.

Design e Percepção - Fundamentos / Design e Percepção - Design para os Sentidos / Design e Semiótica - Fundamentos

Cenografia. Design de Mobiliário. Projeto de Embalagem. Tipografia. Direção de Arte. Métodos em Projetos Criativos.

Semiótica aplicada ao Design

Semiótica (Graduação) e Métodos Qualitativos 2 (Mestrado)

Design II

Design e Sociedade, Design e História

Análise da Imagem A, Teoria do Design I

ABEx, Ergonomia Cognitiva

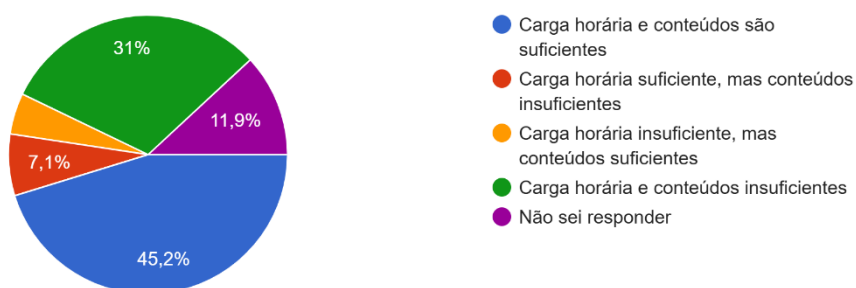
Moda e comunicação

Design e Semiótica: Fundamentos/Bacharelado em Design de Produto, Moda, Gráfico e Ambientes.

Considerando os cursos de bacharelado em Design em que você atua(ou), em geral, a carga horária e os conteúdos de Comunicação e Semiótica são suficientes?

Considerando os cursos de bacharelado em Design em que você atua(ou), em geral, a carga horária e os conteúdos de Comunicação e Semiótica são suficientes?

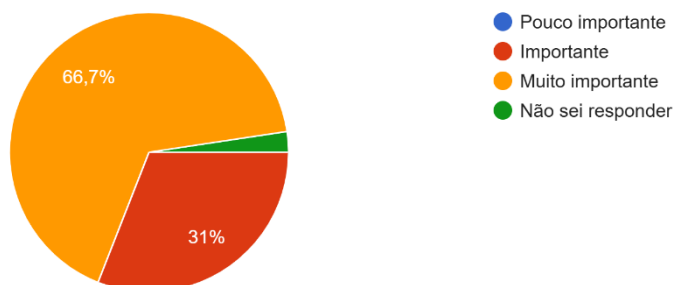
42 respostas



Qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design?

Qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos nos cursos de bacharelado em Design?

42 respostas



Comente a resposta da questão anterior.

42 respostas

Torna o projeto mais madura, e confere ao estudante maior segurança para trabalhar questões mais subjetivas do design.

A Semiótica é um componente teórico importante para compreender o papel da imagem em um projeto. Ajuda a compreender as diversas formas de leitura que um usuário pode ter, como base na imagem projetada. Mas às vezes há um exagero (ou até mesmo uma supervalorização) nos cursos de Design. Acredito que a produção de conhecimento em Design provém da prática. A Semiótica ajuda, mas não deve se sobrepor a outras habilidades, como, por exemplo, a prática do desenho manual e digital. Deve haver um equilíbrio para que um curso não seja excessivamente teórico (muita Semiótica) ou extremamente técnico (só com ensino de softwares, por exemplo).

Para as áreas de design projetuais, o conhecimento de Semiótica é essencial para o desenvolvimento de linguagem projetual e para análise e estudos de casos.

A Semiótica é fundamental na elaboração e execução de projetos de Design, pois influenciam diretamente a clareza e a eficácia com que os conceitos são transmitidos e compreendidos pelo público-alvo. A Semiótica, que estuda os signos e seus significados, permite que os designers compreendam como diferentes elementos visuais e textuais podem ser interpretados pelos

usuários, assegurando que a mensagem transmitida seja clara e eficaz. Além disso, possibilitam que os designers considerem contextos culturais e sociais, ajustando seus projetos para ressoarem com públicos específicos, o que é essencial em um mundo globalizado onde os significados podem variar drasticamente entre diferentes culturas.

Essas disciplinas também contribuem para a criação de projetos visualmente coesos e que comunicam uma identidade de marca consistente. A escolha cuidadosa de cores, tipografias, formas e outros elementos visuais, baseada na semiótica, reforça a mensagem e a funcionalidade do design. A comunicação eficaz, portanto, pode ser utilizada para engajar e persuadir os usuários, especialmente em áreas como design gráfico e de produto, onde uma narrativa visual bem construída pode guiar o usuário através de uma experiência, aumentando o impacto do design.

Em resumo, são elementos centrais no design, garantindo que a mensagem, a identidade e a funcionalidade sejam transmitidas de forma clara, coesa e culturalmente relevante. Elas não apenas auxiliam, mas são essenciais para a criação de projetos de design eficazes.

Poderia haver mais disciplinas que aplicam Semiótica dentro de suas especificidades/peculiaridades para uma ampliação da visão dos discentes sobre sua prática enquanto designer. Ainda, do meu ponto de vista, há a necessidade de uma interdisciplinaridade dos conteúdos com a disciplina específica de Semiótica, especialmente pensando que, na contemporaneidade, a leitura de signos e símbolos se mostra de extrema importância para compreensão de mundo.

Faz parte da base para a criação

Considero que todo produto possui simbologias em sua estética, forma de uso, embalagens etc. Da mesma forma, entendo que todo produto tem que ser lido, entendido e utilizado da melhor maneira pelo usuário.

Relaciono fazer Design com a Tradução de Linguagens. Para mim, o fator de inovação e originalidade nos projetos está associado ao "modo como" se associa repertórios e experiências a fim de uma resolução (mesmo que para o dado momento). Desde como se faz pesquisa, pois além da técnica - considero o "olhar para" como acessa, como absorve, como relaciona, como

direciona para ... É muito mais sobre a conduta do que a ferramenta em si, ou até a solução em si. Trata do modo de pensar sobre.

Minha dificuldade em responder está na formulação que propõe comunicação e semiótica como indissociáveis. Não são. A comunicação é peça fundamental e muitas teorias da comunicação são contempladas, em especial as que se dedicam a análise da imagem e ao gerenciamento de marca (branding) numa aproximação com a publicidade. A semiótica nunca foi usada por nós como principal teoria na abordagem desses assuntos,

A natureza semântica (tipologia, usabilidade etc) e semiótica (simbólica) dos atributos do produto deve ser apresentada e aplicada pelos estudantes na análise, crítica e criação de produtos para que seus projetos apresentem conexão com os processos cognitivos e de interpretação do público ao qual se destina.

O plano da expressão está diretamente relacionado aos elementos formais fundamentais do Design para o desenvolvimento de entregas bi, tridimensionais ou virtuais.

Ajuda o designer a entender as possibilidades de sentido que os objetos podem gerar.

Todos os projetos práticos de Design Visual necessitam conhecimento de linguagem não verbal
Planejamento, concepção geral do projeto, etc, podem se beneficiar da Semiótica

A importância da comunicação e semiótica são fundamentais para a compreensão das subjetividades epistemológicas da moda, assim como, para a criação, produção e comunicação do produto de moda.

A comunicação tem seu valor basicamente na capacidade de transmitir suas ideias com clareza (textualmente e visualmente). Já o estudo da Semiótica potencializa a boa interpretação de significados em projetos, ou na criação deles.

A semiótica é parte do nosso dia a dia, saber interpretar dentro e fora de sala de aula traz muitos benefícios aos alunos, no profissional e pessoal.

Considerando a moda como um sistema, segundo Roland Barthes, não podemos negligenciar a relação sistemática entre linguagem, pensamento e experiência.

A semiótica auxilia na formação conceitual dos ensaios e projetos desenvolvidos no curso de bacharelado. Além de fortalecer os processos de interpretação do artefato cultural, o estudo do signo amplia a criação de novas experiências visuais tanto na imagem quanto em outros projetos gráficos de design.

A semiótica pode auxiliar, por exemplo, na compreensão dos significados de produtos e marcas concorrentes, e também, a perceber se o resultado de um projeto desenvolvido está de acordo com as especificações do briefing.

Um dos aspectos fundamentais do design é a efetivação dos objetivos comunicacionais do projeto

Em geral, o produto de design busca impactar um público específico. A semiótica é importante nos projetos da atividade porque seus conceitos permitem avaliar estes processos a fim de estabelecer as estratégias mais efetivas de comunicação para cada caso.

É essencial que o designer compreenda o significado das imagens e como o receptor poderá compreender.

A comunicação e a semiótica – sobretudo os elementos da semiótica aplicados ao design – são de extrema relevância para o ensino de design. Para produzir e compreender os artefatos tridimensionais, é fundamental que o discente seja capacitado a assimilar o que percebe, o objeto representado (ou confeccionado) e seu significado. Através da semiótica, podem ser percebidas e compreendidas as diferentes dimensões de um objeto (materiais, semânticas, sintáticas e pragmáticas). A identificação dessas dimensões permite entender como são construídos os sistemas de significação. Nesse contexto, o design é emissário e condutor de representações, configurando-se como uma forma de linguagem que comunica algo. Portanto, nas disciplinas que se concentram na construção de novos artefatos, bem como na interpretação dos já existentes, as bases da comunicação e da semiótica são essenciais.

Compreensão do contexto e do público-alvo, transmissão de mensagens, criação de identidade visual, facilitação da interação e usabilidade.

DENTRO DA SEMIÓTICA EM SE TRATANDO DE MODA OS SIGNOS NOS AJUDAM A BOAS INTERPRETAÇÕES.

Entendo que comunicação e semiótica são importantes para a formação de um profissional que atue no campo do design, expandindo sua visão crítica e analítica das diferentes linguagens que emprega em sua prática profissional. Os conhecimentos desses campos não são sempre necessários para elaborar ou executar projetos de design, mas são fundamentais para pensar sobre os projetos enquanto produção de sentido, para teorizar sobre o papel social do design, para pesquisar no campo do design etc. Em alguns tipos de projetos, a semiótica em especial pode assumir um papel mais proeminente, em particular em projetos de desenvolvimento de identidade visual e posicionamento de marca (isto é, projetos de branding). Mas não penso que o objetivo de um bacharelado em design seja apenas treinar alunos para a elaboração e execução de projetos de design; deve-se também formar alunos que façam crítica do design, pesquisa em design, que saibam teorizar sobre o campo e se pronunciar publicamente sobre a profissão.

A partir do entendimento da semiótica, o designer (principalmente designer gráfico), terá a propriedade de avaliar como as representações ou signos impactam positiva ou negativamente no cotidiano do usuário ou receptor. A semiótica é uma ferramenta de trabalho muito adequada para o profissional do design. Tanto gráfico quanto de produto.

Compreensão de conceitos, assertividade, desenvolvimento de técnica e composição

Em função da produção de sentido em projetos gráficos eficazes

É importante ter consciência das múltiplas possibilidades de comunicação

Em função do desenvolvimento de diversas competências tais como a interpretação de signos e símbolos, significados culturais, impacto emocional e comunicação visual, dentre outros.

Em design, a concepção de um projeto não pode ser pensada sem a intenção de uma comunicação. Essa atividade pressupõe o reconhecimento das várias interfaces entre usuário e produto e da compreensão dos modos pelos quais esses interagem. Um dos principais objetivos dos designers é desenvolver artigos que possam ser entendidos, aceitos e bem recebidos por seus possíveis usuários. A partir de seus atributos (cores, formas, texturas etc.), um produto deve informar sobre si próprio: expressar suas qualidades e características, informar para quem se dirige e para o que serve.

A semiótica fornece uma base teórica que nos ajuda a resolver as questões comunicacionais envolvidas no processo de geração do sentido do produto. Trata-se, assim, de uma disciplina fundamental para a boa formação de um futuro profissional de design.

Importante especialmente para a concepção visual dos desígnios

Historicamente, a evolução do Design como atividade e como linguagem implicou no desenvolvimento do exemplar esteticamente satisfatório ou agradável, depois funcional, que possui uma boa ergonomia...por fim para o design que representa um ou mais conceitos. Portanto, considerando-se que o Design não produz apenas realidades tangíveis, mas projeta um conjunto de valores, ideias, um universo variado de significados, é preciso que haja um método para orientar essa concepção e criação de sentidos. Dessa forma, a Semiótica apresenta-se como um caminho para a projeção e expansão para uma realidade simbólica.

Acredito que a base do design compreende minimamente a teoria da semiótica em termos de comunicação e aplicabilidade

Todo o desenvolvimento projetual do design perpassa a leitura / interpretação e composição de signos. Ter ciência e clareza disso instrumentaliza os estudantes a projetarem de modo mais embasado e sem achismos.

Os conteúdos são importantes, porém abordados de forma transversal

Como pesquisadora do campo da Semiótica e do Design, considero fundamental compreender os processos de comunicação e significação a fim de desenvolver projetos de design que visam comunicar uma mensagem para um público-alvo.

O saber construir o olhar é fundamental para a profissão de Designer

A semiótica está presente nas decisões sobre cor, tecidos, formas entre outros aspectos da moda, logo é indispensável que o aluno tenha conhecimento sobre o assunto. No entanto, de um modo geral esse conhecimento não é bem aceito pelos alunos e docentes que não conseguem perceber a importância do mesmo. Talvez pela forma com que a disciplina é ministrada.

A disciplina é responsável pelo início do despertar do entendimento dos estudantes para a aceção do Design como linguagem.

Questão 2: Para você, como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser aplicados ao Design? Dê exemplos práticos.

42 respostas

Na análise de designs existentes, formação de repertório, leitura e criação de mensagens direcionadas a nichos específicos.

Entendo que a Comunicação e Semiótica é um componente fundamental na produção de sentido no mundo digital. Exercícios que identifiquem, comparem e façam o aluno refletir sobre as expressões estéticas da contemporaneidade com o pensamento me parecem bastante eficazes.

Em produção e análise de painéis imagéticos, e para a problematização e conceituação, por exemplo.

Os conteúdos de Comunicação e Semiótica são altamente aplicáveis ao Design de Moda, influenciando desde a concepção das coleções até a forma como as peças são apresentadas ao público. No Design de Moda, a semiótica ajuda a criar e interpretar significados por meio de elementos visuais, enquanto a comunicação garante que esses significados sejam transmitidos de forma eficaz e impactante.

Ao criar uma coleção de moda, a semiótica pode orientar a escolha de símbolos, cores, formas e texturas que comunicam uma determinada narrativa ou conceito. Por exemplo, uma coleção inspirada na natureza pode utilizar estampas de folhas, tons terrosos e tecidos naturais para evocar sensações de sustentabilidade e conexão com o meio ambiente. A escolha desses elementos não é aleatória; ela se baseia na compreensão de como os signos visuais serão interpretados pelo público.

Além disso, a comunicação visual desempenha um papel crucial na criação de identidade de marca. Por meio da semiótica, designers podem desenvolver uma linguagem visual única que distingue a marca no mercado. Um exemplo prático seria o uso consistente de um logotipo minimalista e uma paleta de cores neutras para transmitir uma imagem de sofisticação e elegância, como faz a marca Chanel. Essa identidade visual é comunicada não apenas nas roupas, mas também na embalagem, nas campanhas publicitárias e nas lojas, criando uma experiência de marca coesa.

Em resumo, a Semiótica no Design de Moda permite que os designers criem coleções e identidades de marca que não apenas sejam esteticamente agradáveis, mas também cheias de significado. Elas ajudam a contar histórias, expressar valores e estabelecer conexões emocionais com o público, tornando o design de moda uma forma poderosa de comunicação visual.

Os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem contribuir na integração dos conteúdos permitindo a criação de mensagens visuais eficazes e significativas, ao compreender como os signos são interpretados e como as teorias da comunicação podem desenvolver estratégias direcionadas ao público-alvo e contribuir com a prática profissional. Essa aplicação ainda auxilia nas construções das narrativas visuais envolventes, interfaces intuitivas e experiências de usuário aprimoradas - sobretudo pensando na pluralidade e diversidade. Por fim, com a aplicabilidade contribui na elaboração de pesquisa de mercado e análise cultural permitindo aos designers/discentes a adaptarem suas criações, equilibrando estética e funcionalidade, e garantindo que a mensagem seja clara, relevante e impactante.

No desenvolvimento de projetos e representação dos perfis do público-alvo

Considero que estes itens deveriam aparecer como requisitos de projeto, no briefing, e serem considerados desde a conceituação e as gerações de alternativas. Nas disciplinas de projeto, considero que deveriam fazer parte das análises e orientações dos professores.

Vou discorrer aqui sem muito cuidado acadêmico com o texto, ok?! Estou com um pouquinho de pressa. mas não quero deixar de responder ou deixar para outro momento e acabar passando.

Sim! Tenho muitos exemplos relacionados ao processo criativo. Mas tenho a dizer que resulta de algo que como consequência é o design, mas poderia ser outra área criativa. Para mim, é o diálogo com as linguagens - o estímulo para leitura de filmes, literatura, música, performances artísticas, da natureza, de contextos sociais, etc ... que irão favorecer que a mente construa as associações! E quando une esse repertório com procedimentos do design - das mais comuns como observação, entrevista ... até mapa mental, brainstorming, painel semântico ... até análise de tarefa, ou qualquer outro diagnóstico é a capacidade de associações que favorece da problematização, pesquisa, análise para com a conduta de uma conceituação e conexões para chegar a requisitos ... aos testes. Para mim a semiótica se aplica a todo o fazer design - pois

revela uma mente em consciência das convenções, assim como - para a capacidade de ler os índices - para os estados de sugestão - para com as associações e então as respostas!!! (considerando que estão para determinado contexto e não são exatas), e é um ciclo constante. São processos. Entendo a semiótica como influência do processo. E não como uma parte. Um micro exemplo prático: não basta fazer um painel semântico se as relações sígnicas já não se manifestarem anterior a ele, e posterior a ele ... e no agora. O painel será uma potência para um bom receptor e emissor consciente e disponível para as associações que podem se manifestar - do - e para além - do painel.

COMUNICAÇÃO SIM, toda mensagem está endereçada a alguém e no design essa mensagem aparece de diversas maneiras, seja pela percepção visual, tátil ou por associações cognitivas. Quanto à semiótica, enquanto teoria, cabe dentro do campo, mas é um viés muito específico que, sem profundidade de discussão, não contribui para a construção de um conhecimento sólido entre design e comunicação. Para usar a semiótica é preciso tempo, aprofundamento e muita leitura que por vezes não cabe num curso de graduação.

Na constituição semântica e simbólica dos produtos. No primeiro caso, os conceitos de comunicação são aplicados para a constituição dos elementos que representam a identidade e a natureza utilitária do produto além de seus aspectos de usabilidade. Ou seja, os significados são inerentes ao que o produto apresenta em sua constituição tangível. Por exemplo: o que caracteriza o produto, sua função e sua utilização. No segundo caso, os significados são projetados nos produtos, não tendo necessariamente uma relação com seus aspectos funcionais inerentes. Por exemplo, quando associamos características humanas ou comportamentais ao produto.

Respondido acima.

Podem apoiar as decisões de projeto quanto aos aspectos comunicativos dos produtos.

Desenvolvimento de marca e seus códigos não textuais

Sim. Na análise de tipologias e classes de processos semióticos, tipologias de inferência e associações com classes de processos semióticos, automatização (IA generativa) de processos a partir de classes de processos, no desenvolvimento (e concepção) de projetos de design.

Na criação do conceito da marca, da coleção e da comunicação. Na aplicação e composição de elementos estéticos na criação da marca, na construção da linguagem estética das peças, modelos, cores, estampas, acabamentos e na promoção e comunicação dos produtos por meio da composição de imagens: luz, sombra, styling, etc. Elaboração de textos de anúncios da marca...

Acredito que o melhor cenário para a aplicação da Semiótica é no campo do Design Gráfico / Design Visual (construção de identidades visuais, marcas e interfaces). O Design de Produto também contempla a semiótica, talvez mais na sua espacialidade (estudos de forma), prioritariamente, mas talvez instigue maiores desafios/dificuldades do que no Design Gráfico. Por sua vez, a Comunicação é igualmente explorada em qualquer área do Design (apresentação de resultados para clientes).

Ajudando a conduzir na formação de produtos, baseado nas necessidades e na cultura de cada região ou pessoa.

Análise de desfiles/coleções/marcas; construção de produtos de moda; análise crítica de capas de revistas e propagandas; análise e construção da identidade visual de uma marca; análise do comportamento do consumidor; interpretação e construção de figurino de personagens (literatura, cinema); design de interfaces digitais, entre outros.

A semiótica ajuda, inicialmente, a entender o sentido das imagens selecionadas para o desenvolvimento de ensaios e projetos; identificando os diferentes fatores envolvidos na construção dos referidos signos. No momento seguinte, a semiótica contribui para a idealização e articulação dos processos de criação de novas imagens, tanto em ensaios quanto em projetos gráficos. Assim, primeiro, a semiótica facilita a compreensão da imagem analisada e, depois, oferece um caminho para o planejamento e organização de um novo trabalho.

Essa área do estudo se aplica ao design, pois está relacionada à produção de significados a partir dos chamados signos. Então, quando um designer cria uma identidade, por exemplo, deve considerar as possíveis interpretações que serão feitas sobre ela.

Decisão das estratégias de representação para gerar interpretações adequadas: compreensão de sinalização, do modo de utilização de objetos de uso etc.

Sim. Um exemplo são os processos de atualização de identidades visuais. Nessa iniciativa, quando se opta por um signo novo, essencialmente diferente do anterior, os elementos gráficos da nova configuração são selecionados de forma a produzir nos receptores uma experiência sógnica de primeiridade. Ao contrário, quando se deseja renovar a representação de tal modo que o novo desenho guarde vínculos com o anterior, a configuração é estabelecida via recursos de terceiridade.

Pode ser aplicada nos projetos de design: identidade visual, sinalização....

Os conteúdos de comunicação e semiótica podem ser aplicados em diversas disciplinas do Design, por ser um curso que estimula a prática projetual e a criação de artefatos tridimensionais. Como exemplificação, no caso do Design de Moda, através da semiótica, os elementos e princípios do design – como cores, formas, materiais, texturas, harmonia e equilíbrio, entre outros – que configuram o vestuário, podem ser descritos e caracterizados. Nesse processo, são inferidas questões sobre suas qualidades expressivas e representacionais, bem como as finalidades de confecção e uso. Outro exemplo diz respeito à disciplina de Desenho Geométrico, na qual o estudo dos elementos da semiótica aplicados ao design possibilita a visualização e interpretação das formas geométricas e suas proporções no contexto de diferentes objetos, refletindo sobre o paradigma significativo do design. As formas que estruturam uma cadeira, por exemplo, são esmiuçadas e analisadas a partir do conjunto de elementos organizados em sua conformação, decodificando os códigos simbólicos dos signos que interagem nessa composição e assimilando a construção dos sentidos a partir deles. Com esses dois exemplos, salientou que o uso da comunicação e semiótica no design, para além de serem condensados em uma disciplina específica, integram outros conteúdos curriculares, pois na projeção, é indispensável que se compreenda a estruturação sógnica dos artefatos projetados.

Compreensão do contexto e do público-alvo, transmissão de mensagens, criação de identidade visual, facilitação da interação e usabilidade.

Primeiro há uma necessidade de um conhecimento teórico maior e na prática a Semiótica nos ajudaria muito nos trabalhos de produção de moda, no visual, merchandising.

A análise semiótica discursiva do plano da expressão e do plano do conteúdo de produtos culturais como filmes, animações, quadrinhos e videocliques pode dar origem a categorias semânticas que servem de alicerce para a etapa de conceituação de projetos visuais (peças gráficas como pôsteres ou capas). Alguns exemplos dessa abordagem, testada em sala de aula, podem ser vistos neste artigo: https://www.academia.edu/36709368/O_semi_simbolismo_no_ensino_de_design_projetos_de_p%C3%B4steres

Outro exemplo é o uso da ferramenta do quadrado semiótico para mapear posicionamentos de marcas similares e concorrentes na etapa informacional de um projeto de identidade visual (branding).

A partir da explanação teórica e apresentação de estudos de caso e aplicação prática elaborada pelo discente.

Criação com mais propriedade e exploração do potencial dos signos e imagens.

Produção de sentido através do social no design; a questão da imagem e a produção de sentido; produção de peças gráficas com figuras de linguagem.

Uma resposta breve não dá conta do tema

Podem ser diretamente aplicados nas definições das características dos produtos de maneira que comuniquem significados que sejam desejáveis e sejam percebidos como valor pelo público.

A semiótica de extração peirceana fornece definições e classificações para análise de todos os tipos de linguagem e de signos. Ela fornece um importante instrumental teórico que nos permite averiguar os modos como as mensagens são engendradas e os procedimentos e recursos nelas utilizados. As definições e classificações abstratas dos signos podem atuar como princípios guias para métodos de análise e construção de mensagens em produtos de design.

Em expressões gráficas diversas: ex.: projetos de sinalização, de editoração física e digital, publicitários, etc.

Penso que no ensino de Semiótica para estudantes de Design devem ser considerados como essenciais os conceitos: linguagem, categorias fenomenológicas, signo, suas partes e seus tipos.

A abordagem deve ser teórico-prática, com a proposição de desenvolvimento de objetos de design, analógicos ou digitais, de modo que os (as) estudantes possam observar o momento fenomenológico, a constituição do signo, os pontos de vista do signo (seus diferentes tipos, de acordo com o que se procura contemplar: seu objeto, seu interpretante, ele mesmo). Exemplo: Criação de um perfil fictício no Instagram de um personagem de filme/série/game/livro/animação/HQ. O perfil, como signo (representação) desse personagem (e não do ator/a) envolveria, de forma lúdica, os conceitos mencionados, a partir de um enfoque que está alinhado aos hábitos de consumo dos estudantes, portanto, pode gerar um engajamento dos mesmos na realização da atividade e, conseqüentemente, na assimilação e fixação desses conceitos fundamentais.

Incluindo mais disciplinas teóricas para que os alunos possam entender a base da teoria

Em todo o processo. Na fase de pesquisa, de construção de painéis semânticos, na geração de alternativas, na definição da solução.

Pesquisa aplicada e projetos

Os alunos precisam compreender como os produtos de design representam os conceitos definidos no briefing e que a escolha de suas características perceptivas determinam se essa representação é eficiente. Também se mostra importante que eles entendam como os interpretantes gerados dependem do repertório do público e do contexto social em que são criados. Um dos trabalhos que os estudantes desenvolvem na disciplina de análise da imagem é justamente criar um produto de design a partir dessa tríade, trazendo a compreensão para o designer como um produtor de signos.

Vejo que o cinema é um ótimo caminho para exemplos práticos. Após pode-se aplicar nas demais ênfases.

Como disse anteriormente, em todas as estruturas que compõem a construção de um bom design de moda.

A aplicação, a meu ver, se encontra justamente nessa acepção de Design como linguagem. Sendo assim, em se tratando de uma área do conhecimento classificatória e voltada para

codificação de linguagens não verbais, a semiótica auxilia na aceção do Design como linguagem, portanto causando impacto na práxis dos profissionais ou estudantes.

Comente a resposta da questão anterior.

42 respostas

Torna o projeto mais madura, e confere ao estudante maior segurança para trabalhar questões mais subjetivas do design.

A Semiótica é um componente teórico importante para compreender o papel da imagem em um projeto. Ajuda a compreender as diversas formas de leitura que um usuário pode ter, como base na imagem projetada. Mas às vezes há um exagero (ou até mesmo uma supervalorização) nos cursos de Design. Acredito que a produção de conhecimento em Design provém da prática. A Semiótica ajuda, mas não deve se sobrepor a outras habilidades, como, por exemplo, a prática do desenho manual e digital. Deve haver um equilíbrio para que um curso não seja excessivamente teórico (muita Semiótica) ou extremamente técnico (só com ensino de softwares, por exemplo).

Para as áreas de design projetuais, o conhecimento de Semiótica é essencial para o desenvolvimento de linguagem projetual e para análise e estudos de casos.

A Semiótica é fundamental na elaboração e execução de projetos de Design, pois influenciam diretamente a clareza e a eficácia com que os conceitos são transmitidos e compreendidos pelo público-alvo. A semiótica, que estuda os signos e seus significados, permite que os designers compreendam como diferentes elementos visuais e textuais podem ser interpretados pelos usuários, assegurando que a mensagem transmitida seja clara e eficaz. Além disso, possibilitam que os designers considerem contextos culturais e sociais, ajustando seus projetos para ressoarem com públicos específicos, o que é essencial em um mundo globalizado onde os significados podem variar drasticamente entre diferentes culturas.

Essas disciplinas também contribuem para a criação de projetos visualmente coesos e que comunicam uma identidade de marca consistente. A escolha cuidadosa de cores, tipografias, formas e outros elementos visuais, baseada na semiótica, reforça a mensagem e a funcionalidade

do design. A comunicação eficaz, portanto, pode ser utilizada para engajar e persuadir os usuários, especialmente em áreas como design gráfico e de produto, onde uma narrativa visual bem construída pode guiar o usuário através de uma experiência, aumentando o impacto do design.

Em resumo, são elementos centrais no design, garantindo que a mensagem, a identidade e a funcionalidade sejam transmitidas de forma clara, coesa e culturalmente relevante. Elas não apenas auxiliam, mas são essenciais para a criação de projetos de design eficazes.

Poderia haver mais disciplinas que aplicam Semiótica dentro de suas especificidades/peculiaridades para uma ampliação da visão dos discentes sobre sua prática enquanto designer. Ainda, do meu ponto de vista, há a necessidade de uma interdisciplinaridade dos conteúdos com a disciplina específica de Semiótica, especialmente pensando que, na contemporaneidade, a leitura de signos e símbolos se mostra de extrema importância para compreensão de mundo.

Faz parte da base para a criação

Considero que todo produto possui simbologias em sua estética, forma de uso, embalagens etc. Da mesma forma, entendo que todo produto tem que ser lido, entendido e utilizado da melhor maneira pelo usuário.

Relaciono fazer Design com a Tradução de Linguagens. Para mim, o fator de inovação e originalidade nos projetos está associado ao "modo como" se associa repertórios e experiências a fim de uma resolução (mesmo que para o dado momento). Desde como se faz pesquisa, pois além da técnica - considero o "olhar para" como acessa, como absorve, como relaciona, como direciona para ... É muito mais sobre a conduta do que a ferramenta em si, ou até a solução em si. Trata do modo de pensar sobre.

Minha dificuldade em responder está na formulação que propõe comunicação e semiótica como indissociáveis. Não são. A comunicação é peça fundamental e muitas teorias da comunicação são contempladas, em especial as que se dedicam à análise da imagem e ao gerenciamento de marca (branding) numa aproximação com a publicidade. A semiótica nunca foi usada por nós como principal teoria na abordagem desses assuntos,

A natureza semântica (tipologia, usabilidade etc) e semiótica (simbólica) dos atributos do produto deve ser apresentada e aplicada pelos estudantes na análise, crítica e criação de produtos para que seus projetos apresentem conexão com os processos cognitivos e de interpretação do público ao qual se destina.

O plano da expressão está diretamente relacionado aos elementos formais fundamentais do Design para o desenvolvimento de entregas bi, tridimensionais ou virtuais.

Ajuda o designer a entender as possibilidades de sentido que os objetos podem gerar.

Todos os projetos práticos de Design Visual necessitam conhecimento de linguagem não verbal
Planejamento, concepção geral do projeto, etc, podem se beneficiar da Semiótica

A importância da comunicação e semiótica são fundamentais para a compreensão das subjetividades epistemológicas da moda, assim como, para a criação, produção e comunicação do produto de moda.

A comunicação tem seu valor basicamente na capacidade de transmitir suas ideias com clareza (textualmente e visualmente). Já o estudo da Semiótica potencializa a boa interpretação de significados em projetos, ou na criação deles.

A semiótica é parte do nosso dia a dia, saber interpretar dentro e fora de sala de aula traz muitos benefícios aos alunos, no profissional e pessoal.

Considerando a moda como um sistema, segundo Roland Barthes, não podemos negligenciar a relação sistemática entre linguagem, pensamento e experiência.

A semiótica auxilia na formação conceitual dos ensaios e projetos desenvolvidos no curso de bacharelado. Além de fortalecer os processos de interpretação do artefato cultural, o estudo do signo amplia a criação de novas experiências visuais tanto na imagem quanto em outros projetos gráficos de design.

A semiótica pode auxiliar, por exemplo, na compreensão dos significados de produtos e marcas concorrentes, e a perceber se o resultado de um projeto desenvolvido está de acordo com as especificações do briefing.

Um dos aspectos fundamentais do design é a efetivação dos objetivos comunicacionais do projeto

Em geral, o produto de design busca impactar um público específico. A semiótica é importante nos projetos da atividade porque seus conceitos permitem avaliar estes processos a fim de estabelecer as estratégias mais efetivas de comunicação para cada caso.

É essencial que o designer compreenda o significado das imagens e como o receptor poderá compreender.

A comunicação e a semiótica – sobretudo os elementos da semiótica aplicados ao design – são de extrema relevância para o ensino de design. Para produzir e compreender os artefatos tridimensionais, é fundamental que o discente seja capacitado a assimilar o que percebe, o objeto representado (ou confeccionado) e seu significado. Através da semiótica, podem ser percebidas e compreendidas as diferentes dimensões de um objeto (materiais, semânticas, sintáticas e pragmáticas). A identificação dessas dimensões permite entender como são construídos os sistemas de significação. Nesse contexto, o design é emissário e condutor de representações, configurando-se como uma forma de linguagem que comunica algo. Portanto, nas disciplinas que se concentram na construção de novos artefatos, bem como na interpretação dos já existentes, as bases da comunicação e da semiótica são essenciais.

Compreensão do contexto e do público-alvo, transmissão de mensagens, criação de identidade visual, facilitação da interação e usabilidade.

Dentro da Semiótica em se tratando de moda, os signos nos ajudam a boas interpretações.

Entendo que comunicação e semiótica são importantes para a formação de um profissional que atue no campo do design, expandindo sua visão crítica e analítica das diferentes linguagens que emprega em sua prática profissional. Os conhecimentos desses campos não são sempre necessários para elaborar ou executar projetos de design, mas são fundamentais para pensar sobre os projetos enquanto produção de sentido, para teorizar sobre o papel social do design, para pesquisar no campo do design etc. Em alguns tipos de projetos, a semiótica em especial pode assumir um papel mais proeminente, em particular em projetos de desenvolvimento de identidade visual e posicionamento de marca (isto é, projetos de branding). Mas não penso que o objetivo de um bacharelado em design seja apenas treinar alunos para a elaboração e execução

de projetos de design; deve-se também formar alunos que façam crítica do design, pesquisa em design, que saibam teorizar sobre o campo e se pronunciar publicamente sobre a profissão.

A partir do entendimento da semiótica, o designer (principalmente designer gráfico), terá a propriedade de avaliar como as representações ou signos impactam positiva ou negativamente no cotidiano do usuário ou receptor. A semiótica é uma ferramenta de trabalho muito adequada para o profissional do design. Tanto gráfico quanto de produto.

Compreensão de conceitos, assertividade, desenvolvimento de técnica e composição

Em função da produção de sentido em projetos gráficos eficazes

É importante ter consciência das múltiplas possibilidades de comunicação

Em função do desenvolvimento de diversas competências tais como a interpretação de signos e símbolos, significados culturais, impacto emocional e comunicação visual, dentre outros.

Em design, a concepção de um projeto não pode ser pensada sem a intenção de uma comunicação. Essa atividade pressupõe o reconhecimento das várias interfaces entre usuário e produto e da compreensão dos modos pelos quais esses interagem. Um dos principais objetivos dos designers é desenvolver artigos que possam ser entendidos, aceitos e bem recebidos por seus possíveis usuários. A partir de seus atributos (cores, formas, texturas etc.), um produto deve informar sobre si próprio: expressar suas qualidades e características, informar para quem se dirige e para o que serve.

A semiótica fornece uma base teórica que nos ajuda a resolver as questões comunicacionais envolvidas no processo de geração do sentido do produto. Trata-se, assim, de uma disciplina fundamental para a boa formação de um futuro profissional de design.

Importante especialmente para a concepção visual dos desígnios

Historicamente, a evolução do Design como atividade e como linguagem implicou no desenvolvimento do exemplar esteticamente satisfatório ou agradável, depois funcional, que possui uma boa ergonomia...por fim para o design que representa um ou mais conceitos. Portanto, considerando- se que o Design não produz apenas realidades tangíveis, mas projeta um conjunto de valores, ideias, um universo variado de significados, é preciso que haja um

método para orientar essa concepção e criação de sentidos. Dessa forma, a Semiótica apresenta-se como um caminho para a projeção e expansão para uma realidade simbólica.

Acredito que a base do design compreende minimamente a teoria da semiótica em termos de comunicação e aplicabilidade

Todo o desenvolvimento projetual do design perpassa a leitura / interpretação e composição de signos. Ter ciência e clareza disso instrumentaliza os estudantes a projetarem de modo mais embasado e sem achismos.

Os conteúdos são importantes, porém abordados de forma transversal

Como pesquisadora do campo da Semiótica e do Design, considero fundamental compreender os processos de comunicação e significação a fim de desenvolver projetos de design que visam comunicar uma mensagem para um público-alvo.

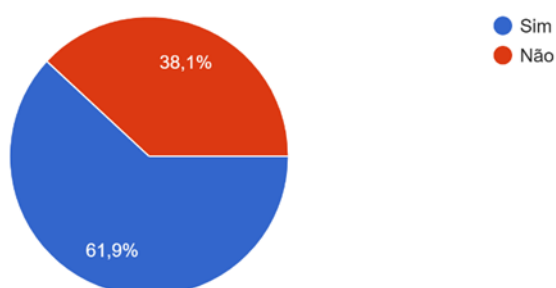
O saber construir o olhar é fundamental para a profissão de Designer

A semiótica está presente nas decisões sobre cor, tecidos, formas entre outros aspectos da moda, logo é indispensável que o aluno tenha conhecimento sobre o assunto. No entanto, de um modo geral esse conhecimento não é bem aceito pelos alunos e docentes que não conseguem perceber a importância do mesmo. Talvez pela forma com que a disciplina é ministrada.

A disciplina é responsável pelo início do despertar do entendimento dos estudantes para a aceção do Design como linguagem.

Você gostaria de participar da 2ª etapa da pesquisa, constituída por uma entrevista on-line? Na entrevista teremos a oportunidade de conversar de...rofundada sobre as questões deste questionário.

42 respostas



APÊNDICE B - TCLE DAS ENTREVISTAS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário(a) da pesquisa **CONTRIBUIÇÕES DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**. A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil, com o objetivo de propor um modelo de um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica.

Caso concorde em participar, vamos fazer as seguintes atividades: você responderá a uma entrevista online, com perguntas, através de uma chamada de vídeo com a intenção de verificar como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser utilizados em projetos e revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: possibilidade de identificação das participantes. Esse risco é classificado como risco mínimo. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, as entrevistas serão gravadas e, para garantir o anonimato, as respostas das entrevistas serão transcritas pela pesquisadora para um programa de computador e apenas os dados do programa de computador serão manipulados para análise da pesquisa. Concluída a coleta de dados, será realizado o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem" serão apagados. As gravações, os cabeçalhos que contêm os dados de identificação das participantes, juntamente com os respectivos TCLE serão guardados em armário-cofre no laboratório de pesquisa na UFJF, dessa forma poderemos assegurar a confidencialidade, a privacidade e a proteção da imagem das participantes. A pesquisa pode ajudar os participantes de maneira indireta, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil.

Para participar deste estudo é necessário ter idade superior a 18 (dezoito) anos e seja professor (a) das disciplinas de Comunicação e Semiótica em cursos de graduação em Design no Brasil. Você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se

você tiver algum dano por causadas atividades que fizermos com você nesta pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido(a).

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Caso você queira guardar uma cópia deste TCLE, sugerimos copiar este texto. Você também poderá fazer a solicitação da cópia do texto para a pesquisadora. Se desejar, nós enviaremos uma cópia para você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução No 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

E-mail:

taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da

UFJF

Faculdade de Comunicação/ UFJF/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos CEP: 36036-330

Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602

Caso você tenha qualquer dúvida sobre os aspectos éticos deste estudo, pode entrar em contato com o CEP- UFJF, cujo endereço e formas de contato estão descritos abaixo:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos -

UFJF Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa

Rua Lourenço Kelmer, s/n. Bairro São

Pedro Juiz de Fora, MG

CEP: 36036-900

Fone: (32) 2102- 3788

O CEP avalia protocolos de pesquisa que envolve seres humanos, realizando um trabalho cooperativo que visa, especialmente, à proteção dos participantes de pesquisa do

Brasil. **Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:**

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - UFJF Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa CEP: 36036-900

Fone: (32) 2102- 3788 / E-mail: cep@ufjf.br

E-mail: cep.propp@ufjf.br

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais e em formato digital, sendo que, após assinado por você, uma será arquivado pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Documento assinado digitalmente
 **MARIO FURTADO FONTANIVE**
 Data: 07/06/2025 14:29:08-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Juiz de Fora, 7 de junho de 2025.
 Documento assinado digitalmente
 **TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO**
 Data: 13/06/2025 07:16:52-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do Participante

Assinatura da Pesquisadora

Nome do Pesquisador Responsável: Taís de Souza Alves
Coutinho Campus Universitário da UFJF
Faculdade/Departamento/Instituto: Programa de Pós-Graduação em
Comunicação/Faculdade de Comunicação/UFJF
CEP: 36036-330

Fone: (32) 2102-3601 / (32) 2102-3602
E-mail: secretariappg.facom@gmail.com

Rubrica do Participante de pesquisa ou responsável: _____

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário(a) da pesquisa **CONTRIBUIÇÕES DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**. A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil, com o objetivo de propor um modelo de um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica.

Caso concorde em participar, vamos fazer as seguintes atividades: você responderá a uma entrevista online, com perguntas, através de uma chamada de vídeo com a intenção de verificar como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser utilizados em projetos e revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: possibilidade de identificação das participantes. Esse risco é classificado como risco mínimo. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, as entrevistas serão gravadas e, para garantir o anonimato, as respostas das entrevistas serão transcritas pela pesquisadora para um programa de computador e apenas os dados do programa de computador serão manipulados para análise da pesquisa. Concluída a coleta de dados, será realizado o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem" serão apagados. As gravações, os cabeçalhos que contêm os dados de identificação das participantes, juntamente com os respectivos TCLE serão guardados em armário-cofre no laboratório de pesquisa na UFJF, dessa forma poderemos assegurar a confidencialidade, a privacidade e a proteção da imagem das participantes. A pesquisa pode ajudar os participantes de maneira indireta, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil.

Para participar deste estudo é necessário ter idade superior a 18 (dezoito) anos e seja professor (a) das disciplinas de Comunicação e Semiótica em cursos de graduação em Design no Brasil. Você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causadas atividades que fizemos com você nesta pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para

participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido(a).

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Caso você queira guardar uma cópia deste TCLE, sugerimos copiar este texto. Você também poderá fazer a solicitação da cópia do texto para a pesquisadora. Se desejar, nós enviaremos uma cópia para você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução No 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

E-mail:

taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da

UFJF

Faculdade de Comunicação/ UFJF/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos CEP: 36036-330

Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602

Caso você tenha qualquer dúvida sobre os aspectos éticos deste estudo, pode entrar em contato com o CEP- UFJF, cujo endereço e formas de contato estão descritos abaixo:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - UFJF Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa Rua Lourenço

Kelmer, s/n. Bairro São Pedro Juiz de Fora, MG

CEP: 36036-900

Fone: (32) 2102- 3788

E-mail: cep.propp@ufjf.br

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais e em formato digital, sendo que, após assinado por você, uma será arquivado pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos. Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Juiz de Fora, 4 de junho de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **TELMA ELITA JULIANO VALENTE**
 Data: 03/06/2025 14:02:55-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Documento assinado digitalmente
 **TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO**
 Data: 03/06/2025 12:42:15-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Assinatura do Participante

Assinatura da Pesquisadora

Nome do Pesquisador Responsável: Taís de Souza Alves Coutinho
Campus Universitário da UFJF
Faculdade/Departamento/Instituto: Programa de Pós-Graduação em Comunicação/Faculdade de Comunicação/UFJF
CEP: 36036-330

Fone: (32) 2102-3601 / (32) 2102-3602
E-mail: secretariappg.facom@gmail.com

Rubrica do Participante de pesquisa ou responsável: _____

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário(a) da pesquisa **CONTRIBUIÇÕES DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**. A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil, com o objetivo de propor um modelo de um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica.

Caso concorde em participar, vamos fazer as seguintes atividades: você responderá a uma entrevista online, com perguntas, através de uma chamada de vídeo com a intenção de verificar como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser utilizados em projetos e revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: possibilidade de identificação das participantes. Esse risco é classificado como risco mínimo. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, as entrevistas serão gravadas e, para garantir o anonimato, as respostas das entrevistas serão transcritas pela pesquisadora para um programa de computador e apenas os dados do programa de computador serão manipulados para análise da pesquisa. Concluída a coleta de dados, será realizado o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem" serão apagados. As gravações, os cabeçalhos que contêm os dados de identificação das participantes, juntamente com os respectivos TCLE serão guardados em armário-cofre no laboratório de pesquisa na UFJF, dessa forma poderemos assegurar a confidencialidade, a privacidade e a proteção da imagem das participantes. A pesquisa pode ajudar os participantes de maneira indireta, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil.

Para participar deste estudo é necessário ter idade superior a 18 (dezoito) anos e seja professor (a) das disciplinas de Comunicação e Semiótica em cursos de graduação em Design no Brasil. Você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causadas atividades que fizemos com você nesta pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer

participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido(a).

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Caso você queira guardar uma cópia deste TCLE, sugerimos copiar este texto. Você também poderá fazer a solicitação da cópia do texto para a pesquisadora. Se desejar, nós enviaremos uma cópia para você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução No 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

E-mail:

taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da

UFJF

Faculdade de Comunicação/ UFJF/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos CEP: 36036-330

Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602



Caso você tenha qualquer dúvida sobre os aspectos éticos deste estudo, pode entrar em contato com o CEP- UFJF, cujo endereço e formas de contato estão descritos abaixo:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - UFJF

Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa Rua

Lourenço Kelmer, s/n. Bairro São Pedro Juiz de Fora, MG

CEP: 36036-900

Fone: (32) 2102- 3788

E-mail: cep.propp@ufjf.br

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais e em formato digital, sendo que, após assinado por você, uma será arquivado pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o

pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Juiz de Fora, 16 de junho de 2025.

Documento assinado digitalmente
 WELLINGTON GOMES DE MEDEIROS
Data: 18/06/2025 19:31:04-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
 TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO
Data: 13/06/2025 08:31:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do Participante

Assinatura da Pesquisadora

Nome do Pesquisador Responsável: Taís de Souza Alves Coutinho Campus

Universitário da UFJF

Faculdade/Departamento/Instituto: Programa de Pós-Graduação em Comunicação/Faculdade de Comunicação/UFJF
CEP: 36036-330

Fone: (32) 2102-3601 / (32) 2102-3602

E-mail: secretariappg.facom@gmail.com



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário(a) da pesquisa **CONTRIBUIÇÕES DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN**. A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil, com o objetivo de propor um modelo de um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica.

Caso concorde em participar, vamos fazer as seguintes atividades: você responderá a uma entrevista online, com perguntas, através de uma chamada de vídeo com a intenção de verificar como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser utilizados em projetos e revelar um diagnóstico ou um cenário de como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: possibilidade de identificação das participantes. Esse risco é classificado como risco mínimo. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, as entrevistas serão gravadas e, para garantir o anonimato, as respostas das entrevistas serão transcritas pela pesquisadora para um programa de computador e apenas os dados do programa de computador serão manipulados para análise da pesquisa. Concluída a coleta de dados, será realizado o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico local, todo e qualquer registro de qualquer plataforma virtual, ambiente compartilhado ou "nuvem" serão apagados. As gravações, os cabeçalhos que contêm os dados de identificação das participantes, juntamente com os respectivos TCLE serão guardados em armário-cofre no laboratório de pesquisa na UFJF, dessa forma poderemos assegurar a confidencialidade, a privacidade e a proteção da imagem das participantes. A pesquisa pode ajudar os participantes de maneira indireta, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil.

Para participar deste estudo é necessário ter idade superior a 18 (dezoito) anos e seja professor (a) das disciplinas de Comunicação e Semiótica em cursos de graduação em Design no Brasil. Você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causadas atividades que fizermos com você nesta pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para

participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido(a).

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Caso você queira guardar uma cópia deste TCLE, sugerimos copiar este texto. Você também poderá fazer a solicitação da cópia do texto para a pesquisadora. Se desejar, nós enviaremos uma cópia para você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução No 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Se tiver alguma dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável:

Taís de Souza Alves Coutinho

E-mail:

taisalvesuba@gmail.com

Campus Universitário da

UFJF

Faculdade de Comunicação/ UFJF/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Campus Universitário, Bairro Martelos CEP: 36036-330

Telefone: (32) 2102-3601 - 2102-3602



Caso você tenha qualquer dúvida sobre os aspectos éticos deste estudo, pode entrar em contato com o CEP- UFJF, cujo endereço e formas de contato estão descritos abaixo:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - UFJF
Campus Universitário da UFJF
Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa
Rua Lourenço Kelmer, s/n. Bairro São Pedro
Juiz de Fora, MG
CEP: 36036-900
Fone: (32) 2102- 3788
E-mail: cep.propp@ufjf.br

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais e em formato digital, sendo que, após assinado por você, uma será arquivado pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Juiz de Fora, 13 de junho de 2025.

Thyenne Vilela
Assinatura do Participante

Documento assinado digitalmente
gov.br
TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO
Data: 13/06/2025 09:31:00-0300
Verifique em <https://validar.id.gov.br>

Assinatura da Pesquisadora

Nome do Pesquisador Responsável: Tais de Souza Alves Coutinho
Campus Universitário da UFJF
Faculdade/Departamento/Instituto: Programa de Pós-Graduação em Comunicação/Faculdade de Comunicação/UFJF
CEP: 36036-330
Fone: (32) 2102-3601 / (32) 2102-3602
E-mail: secretariappg.facom@gmail.com

Rubrica do Participante de pesquisa ou responsável: *[assinatura]*
Rubrica do pesquisador: _____

O CEP avalia protocolos de pesquisa que envolve seres humanos, realizando um trabalho cooperativo que visa, especialmente, à proteção dos participantes de pesquisa do Brasil. Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - UFJF
Campus Universitário da UFJF

Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa
CEP: 36036-900
Fone: (32) 2102- 3788 / E-mail: cep.propp@ufjf.br

APÊNDICE C- ENTREVISTAS

ENTREVISTAS

Primeira entrevista – dia 4 de junho de 2025, via Google Meet, às 10h30.

Entrevistada: Telma Elita Juliano Valente- coordenadora do curso de Design-Universidade Federal do Espírito Santo

Taís de Souza Alves Coutinho

Eu queria saber quais conteúdos de Comunicação semiótica a professora considera como sendo imprescindíveis para formação do graduando em Design com a sua experiência eu vi no seu questionário né ano passado era uns 19 anos então formando 20 anos de atuação.

Professora Telma Valente

Eu comecei meus primeiros anos na UFES na Federal do Espírito Santo, fui ministrando disciplina para o curso de Artes também englobando a área de Semiótica. Eu entrei na Instituição já muito direcionada para essa área e para o Design eu fui realocada quando os professores foram consultados a respeito das suas preferências e eu já me ensinava para essa área devido às pesquisas que você está fazendo também então foi por isso que eu fui para o Design embora eu acho importante fazer essa ressalva eu dizer que eu não sou designer de formação. A minha formação é como jornalista. Meu doutorado que foi em Comunicação e Semiótica na PUC de São Paulo. Respondendo a sua pergunta, desde que eu iniciei né minha atuação na universidade eu tento trilhar do caminho a linha teórica americana, a Semiótica Peirceana até no meu doutorado na PUC com a gramática especulativa e sendo mais específica ainda as categorias fenomenológicas e o conceito de signo, o próprio conceito suas partes e seus tipos eu acho que pensando em cursos de Comunicação. E aí eu vou falar da minha experiência no Design. Pensando numa Semiótica aplicada eu acho que a linha Peircena e esse recorte da gramática expectativa para as categorias fenomenológicas no signo com suas partes dos seus tipos como uma conteúdos que serão aplicados a um campo específico importante ressaltar essa ideia de uma semiótica aplicada eu acho que se o currículo tiver essa esses componentes. Esses elementos, dependendo do profissional, se ele souber trabalhar com eles eu acho que já vai ser um grande avanço considerando estudantes de um curso de graduação. E a gente tem uma dificuldade muito grande com esse público que é lidar com uma teoria complexa ainda mesmo que exige um nível de abstração considerável. Um desafio muito grande você lidar com essa teoria com estudantes com esse perfil eu acho que não é uma exclusividade dos estudantes com os quais eu trabalho. Eu tive uma licença para capacitação para rever as minhas práticas. É um

grande desafio você trabalhar e independente da linha. Principalmente agora com a inteligência artificial que não se sabe exatamente o que vai ser. O estudante precisa ter essa capacidade de abstrair desse mundo os elementos e subsídios que ele tem para conseguir pensar em novas formas de representação que comunicam que seus projetos. Então, a linha Peirceana é mais adequada porque treina o olhar a percepção as operações mentais desse estudante para essa realidade eu acho que dentro do que eles têm condições de assimilar esse recorte da gramática especulativa é um bom caminho que eu tenho trilhado.

Taís de Souza Alves Coutinho

Professora nos estudos das matrizes curriculares que a gente fez nós percebemos que alguns cursos estão divididos em eixos temáticos. Por exemplo eixo das práticas projetuais, de inovação e a maioria deles assim. No curso em a professora trabalha são sete eixos temáticos lá no projeto pedagógico. Vocês dividem em sete eixos temáticos e como a professora coordenadora também de curso eu queria saber como que eu vi que no seu curso ela parece no eixo Semiótica das mediações I, II, III. Eu fiquei bem curiosa para saber como é que vocês fazem isso explica para mim como é que funciona esse eixo?

Professora Telma Valente

Nós tivemos uma reestruturação do nosso projeto pedagógico em 2020, então, é relativamente recente essa mudança. A gente já percebeu algumas coisas por exemplo essa divisão foi pensada em sentido que o nosso curso é de integralização num tempo mínimo de quatro e no tempo máximo de 5 anos e meio nós temos estamos colhendo os frutos agora das turmas que estão se formando já com esse já dentro dessa grade nova. A gente já percebeu algumas coisas por exemplo essa divisão foi pensada como estruturação de um Ciclo Básico de dois anos no qual a disciplina de Semiótica faz parte. Então, são disciplinas obrigatórias em que os alunos têm que cumprir e, a partir do quinto período, o aluno inicia o ciclo profissionalizante que tem nove disciplinas que o aluno pode escolher a partir do seu interesse ou da sua necessidade de seguir por uma determinada linha ou determinado eixo. Então, o esperado era que esse aluno após a realização do Ciclo Básico, seguisse por esses eixos. Só que a gente não está vendo isso acontecer por vários motivos: um deles é pela falta de professores para conseguir ofertar todas as disciplinas dos eixos. Nós Somos um corpo docente de 14 pessoas. Então, a gente tem uma dificuldade imensa de conseguir ofertar semestralmente essas várias linhas previstas. Eles não têm seguido necessariamente por um eixo, embora eles tenham configurado seus interesses, muitas vezes eles buscam a disciplina que não é exatamente o que ele quer, mas é que ele tem

disponível no horário em que ele pode. Nossos alunos fazem um estágio não é obrigatório o nosso curso está não é obrigatório, mas praticamente todos eles fazem. O aluno acaba fazendo o seu caminho. Temos pensado em alocar os professores a partir dos seus interesses e das suas formações e até deslumbrando possibilidade de crescimento do curso, mas pensando também que áreas a gente quer construir estratégias para desenvolver, principalmente a parte de produção de objetos de mobiliário, produção, de design de coleção de moda. Então, havia nessa estruturação de eixos, mas nós já chegamos até pensar a rever que esses eixos. É muito difícil você chegar numa formação ideal a gente tentou dividir ao máximo para tentar abraçar diversas possibilidades e de novo pensando em áreas que nós poderíamos depois desenvolver na esperança de conseguir vaga para concursos de efetivos e ter mais profissionais A gente também mais recentemente chegou a rever esses eixos e a pensar na possibilidade de ter um agrupamento de eixo pudesse se enxergar melhor enquanto o corpo docente e talvez ser menos pretensioso colocar ali nesses eixos o que a gente realmente pode dar conta.

Taís de Souza Alves Coutinho

E como a Semiótica se enquadrou nesse Eixo das Imagens?

Professora Telma Valente

Temos um leque muito grande de opções de disciplinas ofertadas como transversais em outros cursos como no Jornalismo, Publicidade, Ciência da Informação, Engenharia de Produção. Os estudantes têm que cumprir 240 horas, que são quatro disciplinas de 60 horas. A coordenação e a chefia na época conversaram muito com diversos departamentos do nosso próprio centro e de outros centros para que, na tentativa de fazer um acordo de colaboração, eles ofertassem disciplinas do seu currículo para os nossos estudantes como disciplinas transversais. O que eu peço é que a Semiótica das Mediações seja cursada como requisito para a Semiótica das Mediações II, III e IV. Embora sejam numeradas, não seguem uma ordem sequencial. O aluno pode escolher a ordem e elas têm um caráter mais prático. Eu reservo para esse momento no Ciclo Básico, com a Semiótica das Mediações I, a apresentação dos conceitos que eu julgo fundamentais e a aplicação em exercícios de baixa média e alta complexidade. Na Semiótica II, III e IV, que fazem parte do nível profissionalizante. Elas são optativas, eu faço uma breve revisão dos conceitos nas duas primeiras aulas e depois o estudante já parte para o desenvolvimento de trabalhos práticos utilizando a linha Peirceana e os conceitos fundamentais que ele aprendeu. Por isso que a escolha da Semiótica I, no final do ciclo básico. Na grade antiga, era uma disciplina de sétimo período e isso tinha uma vantagem para mim como professora porque eu ficava numa situação muito privilegiada porque o aluno chegava para mim

e já tinha passado por todos os projetos. Eu podia aplicar a teoria em qualquer projeto. Agora ela está no quarto período como obrigatória. O aluno vai estar nesse momento de quarto período iniciando o primeiro projeto do curso é estruturação do Ciclo Básico. Ela foi feita de uma tal forma o aluno tem muitas disciplinas que não necessariamente vão trabalhar o que a gente conhece como projeto de Design propriamente dito. Ele começa a ter essa vivência junto com a Semiótica. Isso agora é um condicionante e eu tenho que adequar o que eu vou solicitar para esse aluno em termos de aplicação ao que ele conseguiu já cursar. Eu tenho tentado, principalmente o ano passado, uma integração maior entre a disciplina de Projeto Básico que é o primeiro projeto disciplina e as disciplinas de Ergonomia, Metodologia e Sociologia. São todas as disciplinas do quarto período. Por iniciativa da professora de Projeto Básico, acabou atendendo um pedido que eu faço há muitos anos no curso de trabalhar a Semiótica mais integrada com a disciplina de Projeto porque senão ela perde um pouco a razão de ser. Se eu fico falando de uma teoria, tentando aplicar e os demais docentes também não puxarem por esse pensamento, vai parecer que são coisas que estão desconectados. Mas é muito difícil você ter os colegas que atendam a esse pedido porque uma pessoa que abrir mão de certas coisas para ter um espaço para a Semiótica. Eu nunca consegui muito essa penetração nas outras disciplinas. A gente já colheu os primeiros frutos. A professora de projeto percebeu, principalmente na argumentação dos seus alunos, uma mudança para as escolhas realizadas para soluções de projetos. A gente precisa realmente dialogar e tentar pensar juntos. Foi a primeira vez que a gente tentou fazer um período em que a Semiótica atravessasse todas essas áreas e conversasse com todas essas disciplinas, mas ainda falta muito para a gente aprimorar essa integração porque a gente não partiu de um projeto comum para todas as disciplinas. Cada um fica muito confortável na sua área. Então, essa abertura para o novo nem sempre é possível.

Taís de Souza Alves Coutinho

A professora consideraria a possibilidade de criação de eixos com os conteúdos relacionados à Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design?

Professora Telma Valente

A Semiótica só vai fazer sentido se ela dialogar com outras áreas porque se ela ficar restrita ou fechada em si mesma não vai contribuir para o aluno de Design, para a sua percepção, o seu olhar para as coisas e, muito menos, nos projetos. A Semiótica precisa repercutir. Por isso que eu tento trazer um pouco já que quando eu não consigo alcançar meus colegas eu tenho que trazer o que eles fazem para dentro da disciplina. Eu acho que o importante é que ela exista no

currículo. Aqui, a gente tem é uma só como obrigatoriedade e as outras são optativas. Alguns cursos chegam até três disciplinas como obrigatórias então provavelmente eu imagino que eles abranjam as três áreas. Eu acho que o mais importante é que ela exista no currículo e que haja essa integração natural entre professores de projeto e o professor ministrante da disciplina de Semiótica. Você precisa ter um professor de Semiótica fazendo esse trabalho de dialogar com os professores de projeto e tentar convencê-los da importância de ter Semiótica também sendo mencionada por eles. Na minha opinião, eu não sei se reservar um eixo só de Comunicação e Semiótica é o ideal. Do ponto de vista do que acontece na prática, parece ser mais importante uma conscientização desse corpo docente sobre a importância da Semiótica enquanto um referencial teórico para aplicação em projetos de Design, a não ser que haja uma animosidade muito grande dentro de curso de não achar que seja importante. Pode ser que seja válido você ter um eixo Comunicação e Semiótica para garantir que os conteúdos não sejam retirados do curso. Depende muito do contexto.

Taís de Souza Alves Coutinho

Vamos explicar um pouco da nossa proposta de tese para que você, como especialista da área, possa criticá-la para que possamos formatá-la para o trabalho final. Com base nas competências gerais do ensino superior, fizemos:

- Distribuição de conteúdos de acordo com a Base Nacional Curricular Comum de Design
- Distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica para o Design (DCNs de Design)
- Lógica do pensamento triádico de Peirce para o ensino de Comunicação e Semiótica
- Criamos um quadro com a lógica da distribuição de conteúdos de Comunicação e Semiótica
- Estabelecemos o que seriam: conteúdos de fundamentação/básico, conteúdos específicos/ experimentação e conteúdos de aplicação/teórico-práticos.
- A partir daí, criamos os eixos de possibilidades de inserção dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design.

EIXO 1: fundamentação, experimentação e aplicação (em 3 ciclos)

Nesta proposta, os conteúdos aparecem sendo trabalhados ao longo de todo o percurso do discente no curso de Design, mas apresenta-se dividido em três etapas: Fundamentação, Experimentação e Aplicação.

Por essa proposta, os conteúdos de Comunicação e Semiótica estariam distribuídos e aplicados durante todo o curso de graduação. Na primeira fase, os Conteúdos de Comunicação e Semiótica são disponibilizados do primeiro ao quarto período de curso na fase de Fundamentação e de Conteúdos Básicos, com os temas teóricos. Na fase de Experimentação, onde se encontram os conteúdos específicos, viriam os conteúdos de Comunicação e Semiótica aplicados ao Design e de forma indireta nas demais disciplinas específicas do curso, como, por exemplo, em etapas das práticas projetuais. Na terceira fase, de Aplicação, dos conteúdos Teórico-práticos, haveria a aplicação e experimentação dos conceitos nos projetos e trabalhos finais de curso.

EIXO 2: contínuo e transversal (em todo o curso)

A ideia é que esses conteúdos sejam estudados de maneira transversal e que os assuntos teóricos sejam aplicados em todas as etapas do ato de projetar do estudante de Design durante o curso de graduação. Esse direcionamento, embora não apareça, de forma clara, nos Projetos Político Pedagógicos dos cursos, é sugerido por alguns dos docentes que sentem falta dessa correlação entre os conteúdos teóricos e práticos. No modelo como componente transversal, a Comunicação e Semiótica pode ser estudada como um conhecimento fundamental que permeia as disciplinas básicas, específicas e teórico-práticas do curso, não ficando restrita a um único componente curricular. Ela serve como uma base conceitual capaz de sustentar o aprendizado de Design no que se refere a criação e execução de projetos. A participação dos conteúdos em outras disciplinas não excluiria a necessidade de um componente curricular específico de Comunicação e Semiótica. Isso garantiria que os discentes tivessem um momento reservado na graduação para consolidar os conceitos.

EIXO 3: espiral e integrador (semestral com as 3 fases)

O eixo espiral e integrador tem como objetivo estimular uma visão integrada do campo do Design e sobre como a Comunicação e Semiótica pode auxiliar no desenvolvimento de projetos articulados entre teoria e prática. Esse modelo representa uma progressão contínua e crescente no processo ensino-aprendizado, em que os conceitos são revisitados ao longo da graduação, apresentando maior complexidade, profundidade e aplicação contextual em cada semestre. A Comunicação e Semiótica poderia fazer parte dessa lógica permitindo que conteúdos de fundamentação, experimentação e aplicação sejam trabalhados durante todo o curso.

Esse modelo se torna desafiador, na medida em que exigiria um planejamento de todos os conteúdos do curso sendo trabalhados de modo que em cada semestre houvesse conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos.

5.1 Qual modelo você considera mais pertinente?

5.2 Em qual deles a sua instituição se enquadraria melhor?

5.3 Quais os seus apontamentos sobre essa proposta?

A disciplina obrigatória Semiótica das Mediações que ministro para o quarto período teve por finalidade apresentar uma proposta de integração entre disciplinas por meio da Semiótica. Foi difícil conseguir os resultados que a gente gostaria e a crítica que eu faço a nós mesmos é que se a gente tivesse um projeto comum a integração ficaria mais evidente. Eu acho que começa por aí essa possibilidade de integração. Isso poderia vir tanto no momento dos conceitos fundamentais quanto na parte da experimentação e nos trabalhos mais avançados. Se houver essa consciência por parte dos professores da importância de referencial para a formação dos estudantes e utilização desse referencial de forma aplicada ao projeto, isso se torna mais viável. Eu acho que essa conscientização é o primeiro passo. Não é simples, não é fácil. Eu vivo nessa batalha até hoje, mas é uma forma de dar visibilidade a essa linha que eu acho que é a mais adequada. A minha experiência tem mostrado bons resultados nesse caminho, embora às custas de muito esforço, muito trabalho. Eu acho que a primeira parte é essa conscientização dos pares de que é importante e a abertura para parcerias para trabalhar junto para poder pensar em coisas juntos e o que eu acho que ajudaria bastante, mas é uma grande batalha. No ano passado, quando a gente teve essa conversa e quando todo mundo concordou em fazer essa parceria de trazer um pouco da Semiótica para outras áreas ou puxar as outras áreas dentro principalmente a parte de projeto, eu vejo que a gente não teve todos os frutos que a gente podia porque não tínhamos um projeto em comum. Eu acho que isso ajudaria e poderia ter pensado nesses três eixos. Não sei se eu entendi corretamente a sua proposta, mas é como se o curso estivesse dividido nesses três momentos. Isso poderia ser feito nos momentos de planejamento que antecedem os semestres com um planejamento em conjunto pelo menos para definir as bases comuns dos trabalhos docentes de cada eixo. O que poderia ser resolvido pela adoção de um ou mais projetos que em comum com cada docente avaliando e ministrando a sua parte para com a sua abordagem específica, mas tendo a Semiótica permeando esses conteúdos e alinhando essas discussões nesse nível fundamental, depois experimental, depois avançado

eu não sei se você quando fala trabalhos finais está pensando, porque nós fizemos nós temos uma particularidade na nossa grade nova que foi excluiu o projeto de graduação. O que poderia ser aglutinado pela adoção de um ou mais projetos que serão comuns a esses professores aí cada um vai adensar a sua a sua parte e vai poder fazer a sua abordagem específica, mas tendo a Semiótica permeando esses conteúdos e alinhando essas discussões esse nível fundamental, depois experimental. Nós temos uma particularidade na nossa grade nova que excluiu o projeto de graduação um e dois. Eu particularmente penso que é o único momento que o aluno se coloca como autor do seu projeto do seu produto na parte das disciplinas de Design. Então porque ele pode estar desenvolvendo um trabalho numa disciplina que passa e profissionalizante ele pode estar temporalmente no curso, mas o trabalho ou a disciplina vai ter um grau de complexidade que pode ser ainda pode querer fazer ascensão de pesquisa, fica um pouco comprometida. Por isso, pensando em um curso que tem na estrutura um TCC, eu acho que essa ideia é assim é muito boa! Eu só daria essa sugestão de tentar esse trabalho esse trabalho de sensibilização conscientização de professores da importância desse diálogo dessa integração essa integração de pelo menos um projeto em comum. Eu acho que ajudaria as áreas a conversarem, mas caso isso não seja possível, haja resistência dos professores de não abrir mãos das atividades que já consolidaram, só fato de poder falar sobre Semiótica na sua aula dentro do seu planejamento, já é um ganho. Eu acho que o desafio é muito maior de a Semiótica acompanhar em todos os contextos, mas também acho que é uma realidade praticamente inescapável. Temos que fazer uma simplificação muito grande desse conteúdo para conseguir atingir esses estudantes, mas ainda assim eu acho que é um exercício que eles vão ter que, a partir de agora e cada vez mais fazer no dia a dia da profissão que eles resolveram seguir. O Design também cresce com o desenvolvimento tecnológico bem como suas áreas e possibilidades de atuação. Eu acho que essa junção com a possibilidade da presença da nossa tanto na nossa vida cotidiana comunidade eu acho que a ponta a linha Peirceana como um caminho pode dar mais jogar mais luz sobre o que a gente está vivendo e vai viver ainda de forma bem mais complexa

Taís de Souza Alves Coutinho

Qual proposta seria mais viável?

Professora Telma Valente

Você pensou certo seguindo essa linha Peirceana na proposta porque você precisa da fundamentação, da experimentação e depois, a partir dessa experiência vivida, que você consegue para o desenvolvimento pleno. Aqui a gente tirou o final do processo com a retirada

do TCC, uma etapa que a meu ver é muito importante. Então, seria importante essa trajetória que você pensou das três etapas.

Taís de Souza Alves Coutinho

Quais os seus apontamentos sobre essa proposta da tese?

Professora Telma Valente

Meus parabéns pelo trabalho. É uma investigação difícil de fazer porque você tem que lidar com os conteúdos de cursos de várias instituições, cada um no contexto diferente. É difícil você achar uma base comum quando você lida com tantas variáveis. Eu acho que um estudo como o seu é muito importante, depois eu quero ler o seu trabalho para aprender mais também para revisitar as minhas práticas. Eu ainda sinto necessidade de rever reformular os meus planos de ensino, procuro ler ou participar de todos os eventos que forem discussão em cima de Semiótica para Design. Por isso que o estudo é tão importante, eu acho que quando você pensa nesses três momentos, esse é o caminho. Essa divisão que você propõe baseada na experiência do aluno vai passar o momento de fundamentação, depois no momento de experimentação e depois de ter amadurecimento com essas duas etapas, ele vai estar apto para projetos mais avançados. Eu acho que talvez seja uma divisão mais realista porque vai atender e vai respeitar o fluxo do aluno, do desenvolvimento cognitivo do aluno, o amadurecimento dele no curso e não tem como você escapar desses três momentos. Ele precisa da fundamentação ele vai ter um momento do embate com aquilo que ele teve de fundamentação que é da experiência própria até que isso vai desaguar na fixação desses conceitos e de poder fazer as entregas mais embasadas com tudo aquilo que ele viu nas etapas anteriores. E ele poderá fazer um uso consciente desses conceitos. Acho que o grande desafio da proposta é fazer um uso consciente de forma que seus projetos também consigam afetar o outro

Chegar nesse estágio do seu estudante fazer uso consciente dos conceitos eu acho que é uma proposta que se você conseguir levar isso à frente. Eu vou ficar torcendo por você. E alguns dos desafios são: o perfil do estudante cada vez mais imediatista e resistente à leitura e aquilo que exige mais dele

Taís de Souza Alves Coutinho

Gostaria muito de lhe agradecer professora

Professora Telma Valente

Se eu tive muitos devaneios aí fugir do ponto que você queria mas assim fico muito feliz de poder se eu pude ajudar de alguma maneira e me coloca à disposição se você precisar retomar algum ponto e vamos unir os nossos isolamentos para ver se a gente termina com isso e ter um fluxo de interlocução para poder discutir tem muita coisa olha eu já cansei tanta gente pela internet quando eu achava a altura eu entrava em contato agora que que você tem porque às vezes eu também sentia essa insegurança e um medo de por exemplo tá simplificando demais um conceito de estar aplicando de um jeito que eu falo assim você sempre na santa ela né ela foi minha professora no doutorado eu ficava assim a gente fica sentar ela pensaria se ela visse eu fazendo isso com conceito e dando este tipo de exemplo dessa forma Será que ela faria isso também então eu fico às vezes entrando em contato com gente que eu nunca vi não conheço mas eu li vi que falou uma coisa que bateu com que eu penso e aí às vezes eu entro em contato com a senhora olha o que que você acha né parte Histórica de semiótica às vezes eu ficava achava que eu tinha que contar tudo então assim cada ano eu modificada semestre um monte de filho com alguma coisa para tentar atingir melhor esses meninos porque eles são uma geração muito quieta a gente tem muita coisa contra a gente né de ser um ritmo ele tem agora essa história que está muito dispostas dela então é uma disciplina que já vem todas fala que a rádio corredor funciona né e assim fora isso então são muitas as coisas por trás Então agora que a gente se encontrou uma vez a gente pode trocar ideia de vez em quando e de novo para disposição Se você precisar de mim vou lembrar do seu trabalho lá no do encontro para no próximo semestre de repente chamar você para falar com o pessoal para você também dividir com a gente um pouco das coisas certinhas se você puder Muito obrigado professora Nossa muito muito muito obrigada Olha só eu vou te mandar então o documento é só assinatura ainda né eu vou salvar em PDF aqui mandar por e-mail muito obrigada professora qualquer disposição Que honra muito obrigada mesmo tá um ótimo dia tá igual tchau

Segunda entrevista – dia 7 de junho de 2025, via Google Meet, às 9h30.

Entrevistado: Mário Furtado Fontanive

Instituição: UFRGS

Texto introdutório: TCLE

O objetivo desta entrevista é verificar a visão do(a) especialista sobre a proposta da tese.

Tais de Souza Alves Coutinho

Mas aí eu queria voltar um pouquinho, né? É dizendo o seguinte, que na primeira parte que foi o questionário, o professor respondeu para mim, colocou assim numa das respostas, quando eu pergunto, qual a importância da Comunicação e Semiótica para a elaboração e execução dos projetos de Design nos cursos de bacharelado em Design, o professor colocou como muito importante e depois colocou assim: é importante ter consciência das múltiplas possibilidades da Comunicação. Eu gostaria que em poucas palavras o professor explicasse para mim quais são essas possibilidades?

Mario Fontanive

Sim. Eu até eu acho que eu disse que é muito importante falar sobre isso. Que é difícil dizer isso porque o Design abrange muita coisa. Dá para fazer um lápis de uma nave espacial e nessas as leituras tem uma gama muito grande. Então, por exemplo, o que eu faço? Eu sigo muita Metodologia da que a professora Cilene Estol criou. Antigamente, eu dava uma aula mais teórica, mas eu acho que para um aluno de graduação do Design isso não é tão importante. Ele não vai usar, mas na hora que ele percebe a riqueza que tem de coisas, ele vai ficar atento aos diversos níveis de comunicação que são às vezes até inconscientes. Então é difícil tu fazer um método desses de vez em consciência, mas, por exemplo, a Cilene desenvolveu uma mascote e eu falo isso para os alunos, até eu coloco um rosto. Como essas coisas, as ligações que tu faz criando Mascote, por exemplo, eu faço um círculo e ponho uma boca feliz. Olha, se eu puser outra coisa aqui, vai alterar o feliz então. Significa essas interações que são infinitas. É fruto da linguagem, né? É interessante que a disciplina mostre, apresente para os alunos essa riqueza. Mas quais as interações? Eu acho que a gente não consegue determinar a priori. A gente não consegue determinar. Eu dou no começo três aulas teóricas: a de Charles Sanders Peirce é uma. Falo da primeiridade, secundidade e toda aquelas coisas. Depois, eu dou uma espécie de histórico, vem lá desde os gregos e falo dos russos, mas muito por cima. Depois, eu faço uma coisa que eu desenvolvi que é a minha tese de doutorado em Arte. Daí eu falo de coisas mais palpáveis, talvez em arte, coisas assim. Mas eu não cobro isso em termos de nota. Depois eu faço uma pequena animação e tem que tem que representar um conceito. E depois faço a mascote. É bom que eles gostam de fazer, fica divertido. Acho que eles aprendem bem, mas. Eu fui entrevistado há duas semanas por uma doutoranda do Paraná e ela perguntou, como é que era meu plano de disciplina? Eu disse para ela nos últimos cinco anos, eu só tive dois semestres normais e teve a pandemia e depois teve a enchente aqui. A gente deu dois meses de aula, teve a enchente, a gente logo parou. Sem planejar porque teve que parar. Não tinha água

aqui em casa, não tinha. A gente voltou um mês e meio. Eu nem me lembrava que eu tinha dado, nunca tinha acontecido isso na minha vida. Então, os semestres aqui na UFRGS estão confusos. A gente não se dá conta, mas a vida ficou mais confusa.

Tais de Souza Alves Coutinho

Quais conteúdos de comunicação e Semiótica o professor considera imprescindíveis para essa formação? O professor trabalha a questão da significação que eu olhei lá na ementa: processos de significação.

Mario Fontanive

Sim, é, mas eu não a sigo. Eu acho absurda e não seria interessante desenvolver todos aqueles conceitos. São alunos de graduação. Eu comecei a seguir a metodologia da Cilene. Ela desenvolveu dentro de um semestre dentro da minha aula. Ficou dando aula junto e eu achei muito melhor.

Tais de Souza Alves Coutinho

Alguns cursos de Design estão divididos em eixos temáticos, eixos de prática projetual, eixo teórico cada. Cada universidade faz de um jeito, né? Inovação aí em algumas eles colocam assim, eixo básico, intermediário e avançado. Aí, no curso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como isso acontece?

Mario Fontanive

Eu dou uma Teoria e História do Design I (segundo período) e Teoria e História do Design II (terceiro período) e a Semiótica é no quinto. Eu acho que teoria deveria ir para o final e tratar um pouco de ética e questões mais profundas que a gente não consegue desenvolver no começo do curso. Mas não foi. Fui voto vencido assim. Eu acho que até bom ali, no quinto semestre ali eles já estão mais crescidinhos assim.

Tais de Souza Alves Coutinho

O professor considera a possibilidade de criar eixos com disciplinas relacionadas à Comunicação e Semiótica nos cursos de Design. Isso já existe na Federal. Como é feito?

Mario Fontanive

Sabe que eu não sei se como é que são muito. É eu, eu sei que tem disciplinas trabalham com imagem e coisa assim, mas não conheço muito as disciplinas que vão mais para frente. Mas a gente tem dois cursos aqui: Desenho Visual e Design de Produto. No início é igual, mas depois eles separam, eu acho, é uma coisa que a gente conversa às vezes é que deveria dar uma base e depois ter mais especializações. Essa parte da Comunicação não saberia responder. Mas eu acho que está funciona em parte da coisa da comunicação nos Trabalhos de Conclusão de Curso. Aluno que faz vídeo, tem aluno que faz marca. Eu tenho aluno que se formou em produto e é fotógrafo agora e fotógrafo que está bem sucedido, tem um que faz editor, eu de moda em São Paulo. Outro que está fazendo videoclipe ganhou o prêmio nacional de videoclipe. Agora, então eu acho que dá uma boa base aqui.

Tais de Souza Alves Coutinho

É a relação entre a Comunicação e o Design me interessa muito.

Mario Fontanive

Sim, é. É, bem, é bem importante. Vou te contar um pouco a minha trajetória. Eu me formei em Arquitetura anos 80, foi em 80, faz muito tempo. Depois de alguns anos não conseguia trabalho. Era muito difícil nos anos 80 e eu queria me casar, e em 86 eu comecei a fazer Computação Gráfica. Fiz animação. Então, eu trabalhava com Comunicação. E depois comecei a dar aula. Dei aula de cinema, trabalhei com cinema e Publicidade.

Tais de Souza Alves Coutinho

E sobre a possibilidade dos eixos de Comunicação e Semiótica?

Mario Fontanive

Ah, está dentro do curso, tem uma subdivisão assim. É sim, mas não sei se isso é mais em termos formal assim, né?

Tais de Souza Alves Coutinho

Sobre a proposta da tese

Mario Fontanive

Não sei, é super complexa a resposta. Eu posso, fazer uma observação assim. Uma reflexão: assim, a transversalidade não é possível entre disciplina já instituídas.

Eles para transversalidade precisa de um campo que não pertence a ninguém. Isso é muito difícil estabelecer na universidade. Os professores criam seus campos e ficam neles. Eu estou falando assim da realidade da universidade. Cada um vê as suas disciplinas e fica no seu campo. Como vai fazer essa transversalidade? Vai ser muito complexo isso. Uma proposta que se pensou uma vez aqui era fazer de dois anos de básico e depois tudo grande em um ateliê. Sim, fazer mais trabalhos que eles desenvolvessem, práticos. Aí eu acho que poderia ser atravessado por essas questões que todo mundo tivesse. No ateliê, os professores Semiótica poderiam dar sugestões nos projetos. Eu acho que tem assim, quando como eu trabalhei muito. Como eu sou professor de teoria, mas eu acho que eu fui o professor que mais trabalhou em prática de Design, né? Trabalhei muito tempo com televisão, cinema, impresso. Fiz um monte de coisa. Já passei por cada situação. A linguagem, ela, se o Design ele tá vai encontrar com um lugar, ele vai ter que ter esse trânsito. Estou falando de um tráfico bem idealista. O trabalho do designer geralmente é ligado à indústria, já está meio determinado tudo. O ensino teria que apresentar para o aluno essa complexidade, essa indeterminação da linguagem, entende o que eu estou dizendo? Essa são situações muito diversas. Eu estou dizendo que a preparação da Universidade tem que ser uma coisa mais viva assim, né, na tua linguagem. Mostrar essa profundidade da linguagem. O Heidegger diz assim, a linguagem aparece para a gente quando nos falta a palavra tem situações que a gente não tem palavra para traduzir. E isso na hora que se determina tudo com método, parece que sempre a gente vai ter a palavra e não tem. Às vezes a gente tem que inventar a palavra, tem que inventar novas coisas, né? Tem que ser um pouco artista. Eu falo em na aula de semiótica, vocês têm que ser mais artistas. Eles têm que inventar, não ficar preso só em método. Eu acharia ótimo se fosse transversal. Por exemplo. Eu vou te dar uma ideia aqui. Eu estive na Alemanha em 1991. Dizem que o bar da Bauhaus era uma coisa efervescente, assim, pessoas subiam na mesa e discutiam. Era uma discussão e eu fiquei pensando porque tinha teatro. Eu falo assim porque a gente tinha que ter teatro no nosso curso. Daí aparecer essa transversalidade, entende? Eu acho que é sonhar assim, porque ali, na engenharia, eles não vão admitir isso. Entende o que eu estou dizendo, mas seria legal! Eu, durante um tempo durante as aulas de teatro, os alunos adoravam. A gente fazia coisas de gestos, pensar os gestos com objetos era muito legal! Isso apresentaria essa transversalidade, eu acho.

Tais de Souza Alves Coutinho

Como um conhecimento fundamental que vai permear essas disciplinas básicas específicas, conteúdo teórico prático, não ficando restrita a um único componente curricular em casa,

disciplina específica, né? Ela serve como embasamento conceitual, capaz de sustentar esse aprendizado no que se refere à criação e execução de projetos de design.

Mario Fontanive

Parece que isso acontece no curso. Acho que os outros professores, falam dessas coisas de Comunicação. Isso é apresentado pelos outros professores. Sim, isso acho que acontece no curso, tem professor aqui de cenografia. E, obviamente, eles devem trazer esses conteúdos assim. Eu gosto da palavra transversal. O problema é que ela é muito difícil de implementar. Eu quero ler o teu trabalho depois. Sobre o terceiro eixo, eu acho assim essa coisa da complexificação crescente, já acontece. Esses projetos vão ficando mais complexos, né? Isso já acontece. As metodologias servem um pouco para isso, para tu olhar de novo. Tu analisa a primeira questão, então tu vai ter, então ela já vai trazer essas questões iniciais. Eu imagino isso quando eu estou falando, falando de metodologia em geral. Acho legal que a metodologia te leva a olhar de novo para a questão. Então assim, eu vou fazer uma vassoura, daí tu se tu já sabe o que é uma vassoura, não. Tu não sai já pensando a como é pensar um instrumento para limpar o chão.

Tais de Souza Alves Coutinho

Qual desses modelos que nessa classificação dos eixos, aí é o professor? Em 2 deles, o professor já falou que já é possível, já acontece, né? Qual modelo o professor considera consideraria mais pertinente: o eixo um, o eixo 2 ou o eixo 3 e em qual deles a sua instituição se enquadraria melhor ou se enquadra, né? Já que já tem tanta experiência na área?

Mario Fontanive

Eu acho que o mais legal é a ideia da transversalidade, mas eu acho a mais difícil. E eu gosto da ideia da pelo menos os estudantes falam que era muito divertido. Você tem depoimentos deles, que eles tinham muita liberdade. Você está propondo a transversalidade, eu acho legal isso. Teve uma vez que queriam fazer um cartaz dadaísta. Aí me chamaram para explicar o que que era dadaísta.

Tais de Souza Alves Coutinho

Viável mais é a mais difícil, né? E a terceira é a que faz na sua, no seu, na sua instituição, uma forma em geral, tem mais alguma coisa? Professor, que o senhor queira?

Mario Fontanive

É isso. Mas é boa a discussão que tu estás fazendo. Acho que o nosso curso se reúne pouquíssimo para discutir as coisas. É muito bom isso! Mas ele está muito bem avaliado. Eu acho que os professores são super sérios. A gente tem que ter mais debates como esse. Mas, se está dando certo, a gente não discute. Atualmente a gente tem carências mais urgentes para discutir falta de ar-condicionado e até tem pouco dinheiro na Universidade. Teve um dia de Semiótica, foi no começo do semestre e estava 40°. A minha sala era, pegava sol e não tinha ar-condicionado, disse. Eu não posso dar uma aula teórica assim. A gente vai desmaiar na aula, né? É impossível. Ah, não vou dar hoje posso dar aula hoje. As questões práticas atualmente são muito mais importantes que as essas outras. Eu acho super importante a tua questão, mas atualmente a universidade conta com questões como essa. Depois eu quero ler a tua tese, ou então a tua apresentação do doutorado mandou.

Tais de Souza Alves Coutinho

Então, eu agradeço muito

Mario Fontanive

Boa sorte. Bom fim de semana. Tchau.

Tais de Souza Alves Coutinho

Muito obrigada, professor.

Terceira entrevista– dia 13 de junho de 2025, via Teams, às 15 horas.

Entrevistada:

Thyenne Veiga Vilela

Instituição: - Universidade Positivo - Curitiba - PR

Tais de Souza Alves Coutinho

Eu queria que você falasse um pouquinho do curso e instituição onde você trabalha e a disciplina de Comunicação e Semiótica no contexto.

Thyenne Vilela

A Universidade Positivo começou como Unicamp como Centro universitário. O curso de design está fazendo 25 anos neste ano e eu estou desde o início. Eu comecei como monitora de Semiótica, eu estudava em outra universidade. Fui convidada para dar aula na Unicamp. E como eu já era monitora, a universidade. Ela passou por diferentes gestões, hoje a mantenedora da universidade de positivo é a Cruzeiro do Sul. Quando iniciou a disciplina de Semiótica, eu acompanhei todas as turmas de Design, seja como monitora e depois como colega de trabalho. Então, o curso de design na Universidade Positivo tinha o curso de Design de Produto à noite e de manhã, Design Visual e Design de Moda. Houve uma mudança no currículo de 4 para 3 anos, teve a inserção das disciplinas de EAD. E teve a inserção de disciplinas de extensão universitária. Com essa mudança muitas disciplinas foram reduzidas. Então, eu saí de quatro horas de Semiótica para uma hora de aula. Então, eu tive que adaptar o conteúdo. Com a mudança para três anos, o curso de Design de Produto, virou um curso mais interdisciplinar, chamado Design. E Design Visual manteve o nome, mas ele tem uma característica mais digital e o Design de Moda segue. Então, eu trabalho com os três cursos. Os três cursos tiveram a disciplina de Semiótica. Com a disciplina de Semiótica, a gente reconheceu a necessidade de mudar o nome para mascarar perante a empresa. Eu tive meia hora para escolher um nome e hoje eu sou muito feliz com esse nome: Processos de Significação aplicados a Design. A gente passou a incorporar teoria da informação na disciplina de Semiótica. O restante eu entro com a Semiótica, mas a gente chama tudo de Processo de Significação aplicado a Design. A gente continuou como espinha dorsal, só não com a nomenclatura.

Tais de Souza Alves Coutinho

Quais conteúdos de Comunicação e Semiótica a professora acha que são imprescindíveis para o graduando em Design?

Thyenne Vilela

De fato, a Teoria da Informação eu acolho como parte da Semiótica, porque ela dá premissas. Sobre a os tipos de repertório, a relação, por exemplo, quando eu trabalho com entropia na Teoria da Informação, quando você trabalha com previsível e o imprevisível. Eu dou a primeira aula falando sobre Teoria de Informação, e a última de classe de signos e eu consigo vincular tudo para eles. Assim, o previsível vem de um lugar do signo, simbólico, convencional, de um lugar de um repertório. No nível de analogias, de semelhanças em que o indivíduo precisa ser capaz de fazer a leitura da natureza, dos objetos, do contexto com repertório para conseguir alcançar essa nova ordem, essa ordem disruptiva. Mas o imprevisível só é possível por causa do previsível. A primeira aula é de Processos de Comunicação, então eu vou resgatar aqui processo de comunicação: a primeira aula emissor, receptor, mensagem, código, canal e contexto. Para Processos de Comunicação, eu uso o autor David Berlo que é maravilhoso! Eu começo a disciplina, falando do processo de comunicação, aí eu vou para a Teoria da Informação. Depois a gente entra em semiose, mas eu trabalho com a relação de signo, objeto, interpretante. Também trabalho com Rafael Cardoso e seus condicionantes de significado. E entro nos níveis de consciência: primeiridade secundidade e terceiridade. Entro também em Charlie Morris, sintaxe semântica e pragmática e termino com classe dos signos em que fico só com ícone índice, símbolo. Não vou adiante. Os professores de Design de moda que atuam com Semiótica, tem um perfil da Semiótica Francesa.

Eu insisto com Peirce. Fui aluna de Décio Pignatari. Ele foi um dos percursores dessa linha Peirceana.

Tais de Souza Alves Coutinho

A pesquisa, apontou muito que alguns cursos estão divididos em eixos temáticos. Por exemplo, eixo das práticas projetuais, eixo teórico, eixo de inovação e na maioria deles está assim, eixo básico, intermediário e avançado. Como isso acontece na sua instituição?

Thyenne Vilela

A Semiótica é do eixo teórico. A gente tem os eixos: teórico, projetual, tecnológico. Quando o curso era anual, do segundo ano, ela era anual. Quando virou semestral, ela, ela vinha em dois semestres. Daí agora ela tem um semestre só que é o terceiro período. São 6 períodos, então ela está no início, ela está um pouco antes da metade do curso.

Tais de Souza Alves Coutinho

A professora consideraria a possibilidade da criação de eixos com os conteúdos relacionados à Comunicação e Semiótica nos cursos de Design?

Thyenne Vilela

Mas você quer me dizer assim, se eu consideraria, é aceitar uma sequência de conteúdos sugeridos como um padrão? Eu, por exemplo, conheço professores de Semiótica que dão aula da História da Semiótica ou apresentam história dos autores. Eu não acho certo no tempo que eu tenho, falar quem é Peirce, quem é Saussure. Eu dou um livro na mão. Se a pessoa tiver interesse em ler a história...

Eu aceitaria um roteiro de conteúdos se eles fossem. Como está com o processo de comunicação? E terminar com a classe dos signos e para mim, a classe dos signos tem que ser a última coisa dentro disso e depois disso, só brincar de tradução Júlio Plaza. Tradução Intersemiótica. Eu apontaria mais tempo de exercícios de tradução do que o roteiro, e aí eu vou te falar assim, por exemplo, acho difícil.

Thyenne Vilela

Eu não sei, é dizendo que aceitar você pode me dizer um outro conteúdo que não está na minha pauta? Eu aplico o tempo todo. A minha aula são historinhas e eu apresento a história e depois uma história do cotidiano, uma narrativa. Eu vou dando os nomes das coisas. Na Teoria da Informação, eu divido em temas e eles podem trabalhar dentro do Design, com qualquer exemplo de processo criativo, enquanto linguagem de todas as áreas. Tem gente que escolhe música, tem gente que escolhe escultura, tem gente que escolhe filme. Então, um indivíduo que não sabe pensar, cinema, poesia, música, artes plásticas não consegue ter repertório. Nosso curso fica do lado de um centro de espetáculos. Então, assim a gente eu assisto a um espetáculo no fim de semana e foi o tema de aula na semana seguinte. Eu também vou articulando com alguns temas e eu gosto muito de contar historinhas bobas, assim não invento historinhas, é

onde a pessoa processa. No começo do ano eu fui assistir a um filme e eu dei aula sobre o os créditos do filme. Então, eu falo assim, vocês podem trabalhar com crédito de filmes, vocês podem trabalhar com cartazes, marca capa de álbum de música. Eles terminam com um exemplo de design, obrigatoriamente, moda com exemplo de design de moda e eu levo exemplos de design de moda para aula. Eles podem trabalhar como processo de performance não verbal, em que eles têm que trabalhar índices presentes. Qual era a mensagem? E aí existe uma performance plástica? Eles podem usar o corpo, somos sentidos, mas não pode ter linguagem verbal. E os trabalhos são incríveis! Portanto, mais do que um conteúdo programático padronizado, para mim é muito a medida. De como eu vou trabalhar cada conteúdo na experiência do exemplo aplicado, que é o tempo inteiro. Eu entendo que a teoria sozinha se basta, eu estou o tempo inteiro usando exemplos. Para mim, tudo é comunicação. Eu não consigo diferenciar.

Soluções de design a gente tem durante todo o curso, com briefings em temas distintos. Assim, então é, é como aula de projeto. Eu sou professora de projeto também. Eu me aproprio do conhecimento da Semiótica. Todo mundo já sabe: se quer pensar conceito, a gente está agora com um projeto em parceria com uma grande empresa. É montar painéis semânticos e decifrar a linguagem do público para os cenários de comunicação dela. Que tipo de cozinha vai ser? Como que se aparece na campanha deles?

Tais de Souza Alves Coutinho

Entendeu de fazer essa ligação dessas áreas e que para você parece óbvio, mas que não é. Por isso eu queria ouvir de você essa, essa clareza toda da ligação da entre as áreas.

Thyenne Vilela

É muito importante dizer isso assim, eu me sinto apta para a etapa projetual. Ele está totalmente dependente dessa relação, dos processos de significação. Ou você vai comprar um doce de tâmara que você nunca provou? E aí eu coloco o doce de tâmara, ele sugere o teu cérebro a gerar respostas. Isso é físico. É energia. E a energia mental para as associações. Não tem mágica. Por isso que eu não gosto da Semiótica como um protocolo de um sistema analítico. E aí a tua tese visa tentar desenhar isso para que a maioria possa integrar a Comunicação junto a Semiótica, num processo de aplicação? É porque eu estou pensando, é que e daí? Tem uma situação bem importante para dizer, porque ele, eu tenho. Eu tenho 45 anos. Então, se o curso tem 25, estou desde os meus 20 anos na mesma instituição, como discípula de uma professora,

e o modo como ela me ensinou, e aí as experiências ali dentro. Eu sou a professora mais velha do curso. Em quanto tempo? E eu acho que o curso foi desenhado em torno dessa relação, então, para mim é muito difícil. Eu não tive outra experiência. É, eu não vivi. E aí se você for pensar mesmo no mestrado, o meu mestrado foi em Comunicação e Linguagem. Os professores de Semiótica que eu tive não foram diferentes das que eu já tinha vivido com a professora que eu sucedi, então, eu realmente sinto que o curso bebe da fonte e os professores são muito alinhados. Eu não consigo desassociar e eu vou dizer assim, criou-se uma cultura no Design na universidade sobre a importância da Semiótica junto aos demais eixos, entendeu? Oh, deixa eu colocar um pouquinho do que eu fiz. Eu fiz algumas aulas como ouvinte na Federal do Paraná e lá eles discriminam a Semiótica. E então existe isso, só que acontece que eu acabei é assumindo a tradição da minha professora lá dentro e eu também tenho um lugar de respeito e de mostrar como ela se aplica nas demais áreas e para os alunos é muito importante. Isso reflete na cultura do curso.

Thyenne Vilela

Deixa eu te perguntar uma coisa. Você desconsiderou os professores que não atuam com Peirce?

Taís de Souza Alves Coutinho

Eu vou fazer a proposta com base no perfil dos cursos e nos professores. Não desconsidere, mas a maioria que respondeu ao questionário, trabalha com Peirce.

Thyenne Vilela

É, mas qual é a tua justificativa na tese para adotar o Peirce? Por que que você acha que ele responde mais que os outros para as diretrizes?

Tais de Souza Alves Coutinho

Assim, para as diretrizes, porque ele considera a trilogia, né? As 3 etapas e consideram interpretantes.

Thyenne Vilela

Não está não, porque eu não tenho argumento para o meu, é de herança teórica. Ele funciona muito bem, mas eu não tenho argumento do porquê que uma outra linhagem não caberia.

Thyenne Vilela

Esse projeto só uma coisa em que momento acontece o projeto integrador? Mas é no lugar de uma disciplina. Lá quarta-feira de manhã é projeto integrador. A disciplina, porque a disciplina de projeto ela integra. Por exemplo, na minha instituição, a gente tem as disciplinas projetuais que a gente chama de solução em design e ela é tem briefing de situação real de mercado. O professor, que é uma disciplina, mas vamos chamar de solução em design, que é o nome dela, ele precisa ter o diálogo com as disciplinas que estão naquele período. Eles vão fazer uma análise da tarefa que é um repertório da disciplina de Ergonomia. Sou eu que peço. Eles tiveram análise da tarefa, como a professora de Economia e eu e eu peço análise da tarefa na etapa do projetual. Do processo de conceituação, eu acho importante destacar para você que quando eu falo processo de significação, é que chega uma aluna assim falou para mim, professora, eu vou usar Semiótica no meu TCC, mas o meu orientador falou que não cabe. Eu falei, você está fazendo Semiótica no TCC? Você não precisa escrever um capítulo Semiótica. Semiótica é o processo de criação. No meu entendimento, ele migra dentro de uma narrativa para um processo de pensar e de conduzir o pensamento. Trabalhos teóricos evidentemente que vão fazer análises de objetos, mas num trabalho prático, a Semiótica está intrínseca. E tem conteúdo integrador. É um ou dois professores que atuam, mas eles bebem da referência de outras áreas. Eu vou trabalhar materiais e processos. Daí vou te falar, a Semiótica aparece desde o começo do curso. Ela vai intrínseca e depois, quando chegar disciplina de Semiótica, ele vai teorizar e reconhecer essa formalização dos conceitos. Mas assim eu de modo algum eu tiraria a disciplina Semiótica para dissolvê-la em outros, porque os professores podem não dar conta que daí é isso que você falou. Quem que vai conseguir integrar tudo? É mais fácil de acontecer o contrário. Se você tira a disciplina de Semiótica, ela é dissolvida. Nos projetos integrativos e entra um professor que não tem o perfil. Ele vai matar a Semiótica e ele vai fazer qualquer outra coisa, menos isso. A gente depende, em especial na instituição particular, que a disciplina seja inserida de fato, mesmo que esteja no plano de ensino. Assim, a possibilidade de ela ficar diluída e ela desaparecer é grande. Por isso que eu acho que assim dá para integrar, como, mas não deixando de ter o ponto. O marco conceitual da disciplina tem que permanecer para dar o fio condutor de enraizar os conceitos. Se você separa, ela não se consolida. Ela tem que se consolidar em algum momento, mesmo que o teu projeto seja a dissolvendo em projetos integradores. É, não importa qualquer tipo de etapas, aí que você construa como possibilidades. Assim eu não excluiria. O importante é conseguir um professor do projeto integrativo. Esse perfil de professor de projeto para nós é muito importante, não é qualquer professor que dá aula de projeto. O indivíduo integrador faz a diferença. O pensamento do Design é integrativo e a

Semiótica me ensinou isso. E se eu preciso de áreas específicas? Eu sei fazer perguntas e conecto parceiros para direcionar.

Tais de Souza Alves Coutinho

Qual das opções de eixos a professora consideraria mais viável?

Thyenne Vilela

Seria a última, só que sem tirar a disciplina. É a última, mas sem eliminar, daí seria uma observação que eu faria. Eu concordo no processo.

Tais de Souza Alves Coutinho

Não é essa questão da disciplina. Foi até uma conversa com meu orientador, porque assim eu sou a maior defensora de continuar a disciplina, porque, né, a gente vem ao longo desses anos sabendo dessa necessidade, né? É, e se ela não estiver como disciplina, o que a professora disse é muito sério, ela pode correr o risco de acabar

Thyenne Vilela

Mas daí eu vou te falar uma outra coisa.

Tais de Souza Alves Coutinho

Você acha que na sua instituição se enquadraria melhor também no terceiro?

Thyenne Vilela

Aham.

Tais de Souza Alves Coutinho

Já encaminhando para o final, tem mais alguma consideração que a professora gostaria de colocar sobre essa proposta ou sobre a ideia em geral?

Thyenne Vilela

Mais do que, você sugerir que ela fique diluída em todo o curso é que. Quem vai dar esses conteúdos durante todo os períodos?

Tais de Souza Alves Coutinho

Se seria mais adequada é porque nessa eu defendo AA é porque quando a professora falou defender a disciplina, eu falei, não, mas ela está em todas e principalmente no eixo um, né? Mas ela vai estar aqui. O integrador também. Você já usa esse projeto integrador na sua realidade aí.

Thyenne Vilela

É no nosso curso, a gente tem o projeto integrador em todos os períodos. São 6 períodos. São 6 soluções em design e a Comunicação e Semiótica está presente em todos eles. Só que ela não está formalmente presente. Ela está processualmente presente e aí ela está formalmente presente no terceiro. É, já existe essa realidade na minha instituição porque não é possível que ela não seja, é parte integrante. Ela está presente, né? Em todas as os eixos aí e aí eu vou anotar, eu estou, né? Ela tem seis períodos, seis soluções e que ela não está formalmente como disciplina, mas ela está distribuída em todos os projetos e formalmente está no terceiro período. Acho muito importante indicar isso. Semiótica não é de princípio analítico, de princípio processual. E eu quero saber como é que a pessoa faz para criar. A associação, então, quando eu falo assim, quando você faz pesquisa de produtos de referência, que a gente chama de similar. Então, por exemplo, eu vou falar, eu vou, tenho cartaz lá com a cartaz da coexistência que ele usa o raio x para indicar a ideia de que somos todos iguais. Qualquer referência, se você for trabalhar atributos de valor, se você for trabalhar, um painel semântico, se você for trabalhar, um mapa mental, é a pura Semiótica. É um elemento que deriva de outro, que deriva de outro e chega nas correlações.

Tais de Souza Alves Coutinho

Aproveitei demais, eu quero te agradecer.

Thyenne Vilela

Eu queria só indicar que nos encontros docentes, de início de trabalho que os professores compartilhassem os seus conteúdos, porque assim, para mim isso é uma ressalva importante. Para mim, é um exercício necessário para qualquer uma dessas etapas que você está sugerindo. É que os professores continuem os encontros docentes, apresentando suas propostas de conteúdo práticas e que o professor de Semiótica enxergue correlações com os seus pares. É assim que se constrói a cultura da Semiótica. No curso você não tem como preparar para diluir esse conteúdo em vários pedacinhos e não faz sentido ficar exclusivamente na disciplina

fechada. Para mim, a solução é que é a abertura dos planos de aula no início do semestre letivo, seja num compartilhamento de modo que o professor possa até construir com o colega que não é da Semiótica. Para mim, essa teia de experiências dos docentes vai fazer o professor de Semiótica permear porque ele sabe que está acontecendo fora, e ele traz para dentro e ele prepara aluno dele para quando for para outra disciplina, levar Semiótica. E ele vai fazendo essa conexão. Para mim, a única forma é quando se tem conhecimento de que está oferecendo naquele período e naquele outro período, e naquele outro período e se enxerga como isso pode permear e qual é o professor que, se não for em um período de semiótica, tem conforto ou a possibilidade de resgatar esse conteúdo, mas se não tiver esse trabalho de abrir os planos de aula no compartilhamento das teorias e das práticas, não tem como fazer esse vínculo. Está nesse encontro docente, entendeu? Eu tenho que saber o que está acontecendo na disciplina do meu colega, porque eu puxo, e aí vice versa?

Quarta entrevista Wellington Gomes de Medeiros - 16 de junho de 2025 (58m 44s)**Instituição:** Universidade Federal de Campina Grande**Taís de Souza Alves Coutinho**

O motivo dessa segunda etapa da pesquisa é que o que o professor aceitou participar no primeiro, na primeira fase do questionário, questionário fechado e aberto. A segunda parte da metodologia escolhemos professores especialistas da área de Semiótica de acordo com as respostas do questionário para validar algumas etapas da minha pesquisa. Eu fiz um roteiro aqui, mas é só para a gente não se perder. Mas a partir do momento que o professor der alguma resposta, a gente pode, é de acordo com a resposta, deixar o roteiro. A proposta é estudar as contribuições que a Comunicação e Semiótica pode trazer para os graduandos em Design, bacharelado de forma presencial em universidade públicas e privadas. Na nossa tese, nós fizemos a proposta da criação de um de um eixo comum de conteúdos das disciplinas de semiótica para os cursos de graduação em design. Como que é isso? Nós fizemos a partir dos questionários que vocês responderam. Os conteúdos que vocês responderam pegamos os PPCS das 26 instituições de ensino. Fizemos a comparação do que é que é dado na prática e do que é que está nos PPCs. Quais conteúdos de Comunicação e Semiótica o professor considera imprescindíveis para o estudante de Design?

Wellington Medeiros

A nossa disciplina aqui se chama Semântica e Semiótica do produto. E por que ela se chama dessa forma? Porque eu entendo que a questão dos significados no produto é uma coisa só, né? E a Semântica, ela é da natureza da do signo, portanto, do estudo da Semiótica. Entretanto, o nosso curso é muito focado no produto. No produto tangível, no produto utilitário é, eu entendo que ele tem 2 aspectos que, embora eles estejam conectados, eles são diversos. Um é o que caracteriza a identidade desse produto e a sua forma de utilização. Como ele comunica sua usabilidade, digamos assim. Então, como o produto é identificado, da sua identidade mesmo e de como ele, ele. Quais são as pistas que ele dá? Quais são os elementos que ele apresenta, de modo que comunique a sua utilização? Então é bem no campo pragmático, digamos assim, né? Do uso mesmo da questão utilitária do produto, e é isso, a gente chama aqui de Semântica, ou seja, os elementos, os atributos e sua sintaxe, suas possibilidades de comunicação. Para que ele serve? Como deve ser utilizado. A outra dimensão, que é complementar e indissociável, é a dimensão mais simbólica desse produto que aí vai estar bem no campo da Semiótica.

Wellington Medeiros

A gente vai trabalhar as possibilidades simbólicas desse produto, ou seja, os significados que não estão, não são inerentes a ele, mas que são associados a ele de alguma forma. Então essas duas dimensões nos ajudam na nossa disciplina para que o aluno enxergue que quando ele pensa um design do produto, ele deve pensar tanto a em termos de, digamos assim, da identidade do produto e da sua forma de uso. Do ponto de vista da comunicação, assim como também o potencial simbólico que aquele produto tem. Para incorporar é conceitos e significados que não estão nele. Não são inerentes a eles, mas sim associado de forma arbitrária. Por isso que a gente chama Semântica e Semiótica. Então, no trabalho de Semântica, a gente trabalha, por exemplo, conceitos como Affordance. Do produto que está nele, que diz, olha, pegue você, me pega aqui, você aperta aqui, você puxa aqui, torce aqui aquela coisa assim. São elementos sintáticos que estão no produto, mas que são inerentes ao próprio produto que faz com que eu o identifique como uma garrafa, uma cadeira etc. Já a partir simbólica, a gente trabalha muito essa possibilidade de associar valores que não estão necessariamente no produto, mas que são associados de forma simbólica e que de forma que ele possa ter uma característica, por exemplo, relacionada a gênero relacionada à cultura, relacionada a uma certa época. A gente questiona muito, por exemplo, o que faz um produto ser contemporâneo e não e ou um produto tradicional está nele ou isso é uma questão datada? Então, essa dimensão mais simbólica, a gente trabalha no campo da Semiótica. Eu hoje faço assim, 1/3 da aula, eu, minha metodologia é a seguinte, eu tenho vídeo aulas que estão gravadas. Eu tenho um canal, que é fechado. Eu passo para eles os links, eles assistem à videoaula para a próxima aula. Digamos, daqui a uma semana nós teremos uma aula sobre originalidade, sobre redundância, que são os elementos mais de conceitos da teoria da Comunicação. Eles assistem sobre esse assunto, e passam a semana pesquisando no YouTube, em livros. Eles coletam elementos do dia a dia que chamam a atenção. Então, quando eles vão para a minha aula, eles já vêm com todas as informações minhas. Minha aula não é meramente expositiva, é uma aula mais de debate, de conversa sobre aquele assunto. O primeiro 1/3 de todo o curso, essa parte mais de debates, com seminários de fixação de exercício, durante o restante do semestre. A gente trabalha em projetos e eu não me fecho apenas no projeto do produto, porque é isso do projeto mesmo, do produto. Eles vão desenvolver na disciplina de projetos. São 9 projetos aqui, cada semestre ele desenvolve um projeto. De forma interativa, a complexidade vai aumentando. A minha disciplina tem um projeto, mas o projeto ele não é para desenvolver um produto, é para pensar o produto em suas diversas linguagens, em um determinado contexto simbólico. Nós fizemos um trabalho que

resultou no vídeo que está até no YouTube. O vídeo se chama a Alma da Feira. Esse vídeo é aberto, qualquer pessoa pode assistir, ele está público e o que é que nós fizemos. Nós fizemos todo um planejamento. Qual era o objetivo? Eu moro em Campina Grande e nós temos uma feira muito grande que é tradicional, que é onde começou a cidade. Então, tem pessoas ali que receberam seus negócios de pai para filho, outros moram lá, então é um universo paralelo ali que existe dentro da cidade. Então, o que é que nós fizemos? Nós fizemos um roteiro, eu é. Fizemos umas oficinas de audiovisual com os professores de arte, mídia que tem um curso aqui de arte, mídia voltado para o audiovisual. E aí dividi a turma em grupos e cada grupo. Ele foi para um setor dessa feira conversar com essas pessoas e gravar, fazer pequenos vídeos, coisa caseira, com o próprio celular. E aí nós fizemos um roteiro de perguntas sobre como eles se relacionava com aquele lugar, qual era a importância daquele lugar, que tipo de que os conectava com aquele lugar. Ele mostra o vendedor de feijão, por exemplo, ele fura um saco para atirar o feijão para mostrar que presta. Tem um homem que trabalha com cela e com couro há muito tempo, e aí ele faz todo um depoimento dizendo que a feira é um lugar importante, mas que está abandonado. A estrutura é muito ruim. Produz e vende calçados de couro, que também herdou do pai. Então, foi um trabalho que foi do campo do audiovisual e que resultou nesses, nessa espécie de depoimento simbólico desse espaço das pessoas, com esse espaço e com os produtos que intermediam essas relações e foi um exercício muito interessante e desde então eu tenho pesquisado o audiovisual e as diversas linguagens em conexão com o Design, então eu tenho pensado no audiovisual, no teatro também, no cinema de como o design. Ele, ele está pode ser conectado com essas diversas linguagens. Em outro semestre, nós desenvolvemos produtos mesmo. Foi um bebedouro para o parque municipal, um parque público. Eles desenvolveram um projeto de produto também com essas duas dimensões, o produto que comunica e tem um valor simbólico, então muitos desenvolveram voltado para criança, então o que o que do universo infantil deve ser agregado simbolicamente do ponto de vista semiótico. A disciplina é de base teórica. Mas é como o Design é práxis, é prática, eu acho que fica um pouco solto para eles se eu terminar o curso simplesmente com a parte teórica. E eu acho que essa Semiótica e a Semântica, têm aplicação prática que é do nosso dia a dia. Nós nos atribuímos valores simbólicos a tudo durante o tempo, o tempo inteiro.

Taís de Souza Alves Coutinho

Alguns cursos de design no Brasil, são divididos em alguns eixos: Eixo de prática projetual, eixo teórico, eixo prático. No caso da sua universidade está dividido em nível básico,

fundamental e avançado. Disciplinas são divididas por períodos e a Semiótica, aparece no quinto período. E aí eu achei interessante que a Semiótica já aparece no nível intermediário. Qual que seria essa da Semiótica no curso aparecer no quinto período, como é que é? Ela tem ligação com outras que vem antes?

Wellington Medeiros

Tem ligação muito importante, porque nós entendemos que a Semiótica, assim como é a Comunicação em geral. No curso, essa disciplina trata muito sobre essa dimensão da comunicação e dos valores simbólicos. E ela tem que acontecer com um certo repertório que a antecede. Então, por exemplo, a arte é muito importante. Nós entendemos que é preciso ter noções de história da arte, noções de história do design, percepção da forma, é metodologia visual. Tudo isso são insumos que constituem um certo alicerce para que a gente possa trabalhar as questões mais conceituais da que são da natureza da Semiótica. Então, quando os alunos chegam na minha disciplina, no quinto período que eu também sou professor de Estética, inclusive aí, nesse período eles têm Estética e Semiótica comigo. Assim, melhor do que a Estética, eles têm uns pontos de convergência. Acho que no segundo período eles têm História da Arte ou é no primeiro? Eu não sei. Acho que é no segundo. Em um período, eles aplicam na disciplina de projeto do próximo período. Então, por exemplo, agora eles estão vendo Semiótica e Estética no quinto período. No sexto período, esses assuntos eles serão chave do projeto de produto. E aí, no sexto período, o projeto deles vai ter tanto o tudo o que foi visto ao longo dos semestres anteriores, mas com uma certa ênfase na qualidade simbólica do produto, porque foi o que eles acabaram de ver. Como são 9 períodos, então a gente entende que trabalhar a Semiótica e a Semântica requer um certo amadurecimento deles, que vai acontecer justamente nesse período. É intermediário ali do curso. Então eu entendo que se fosse, digamos, no segundo período, eles não teriam assim. o percurso conceitual e de conhecimento sobre a arte, sobre estilos, sobre a percepção da forma. Então, nós entendemos que a lógica é mais ou menos essa. Eu sei que alguns cursos eles já colocam mais no começo e aí depois vem as outras. Mas eu sinto que no quinto período, eles estão mais maduros. Eu tenho um diálogo melhor com eles. Nessa disciplina realmente a ênfase é essa, mas antes tem outras disciplinas, como

Taís de Souza Alves Coutinho

Vimos que alguns cursos já eixos de conteúdos ligados à comunicação. O professor consideraria a possibilidade de criação de eixos de conteúdos relacionados à Comunicação e Semiótica nos

curso de Design? Não necessariamente na sua instituição, mas com a possibilidade de inserção nos cursos de design?

Wellington Medeiros

Sim, certamente, e não só isso, eu associaria também isso, as diversas linguagens de comunicação. É uma coisa que eu estou trabalhando agora, como eu falei. Sim, eu consideraria sim essa tua fala no eixo de comunicação, no design, não é isso no ensino, mas eu acho isso muito importante. É, eu acho que isso. Dessa parte mais de Comunicação acontece na minha disciplina, mas em outras disciplinas também. Como eu falei: Cultura Material, Sociologia. A, nossa Sociologia também trata um pouco da dimensão da Comunicação no produto. Não sei se seria um eixo, mas de um momento ou uma ênfase, não sei como ficaria na estrutura de um PPC, um bloco em que se dedicasse à compreensão da dimensão da Comunicação no produto e acrescentaria mais é da interrelação do Design com as outras linguagens de Comunicação, como audiovisual, a internet. O próprio texto sabe a intertextualidade também. Eu acho que se a gente pensa o Design como um processo de tomada de decisões e esse processo envolve, vai desde não sei um ponto inicial de uma intenção que vai resultar lá em uma solução no resultado. Nesse processo, o que caracteriza, principalmente o Design, é a tomada de decisão. E uma coisa importante nessa tomada de decisão refere-se justamente a dimensão de Comunicação do produto, ele é uma mensagem. Então, a compreensão é isso que na minha disciplina a gente trabalha muito, fazer com que os alunos entendam que quando eles criam um produto, eles estão criando uma mensagem. E essa mensagem ela vai nessas duas dimensões. O que o produto é e como usa e o que ele significado ponto de vista simbólico que é o campo da Semiótica. Eu acho isso essencial, principalmente nos dias atuais, em que estamos cada vez mais conectados. Como é que o design poderia ficar fora desse processo? É uma ideia que eu acho muito boa. Eu acho importante, essencial nesse momento.

Taís de Souza Alves Coutinho

Vamos lá, professor. Eu vou explicar um pouquinho da proposta da tese em si. Para o professor dar uma opinião mesmo do que que a gente está pensando. Eu parto do pressuposto, que comunicação é semiótica, é uma área só a partir de 1970, quando foram criados lá na PUC de São Paulo. Com base na base nacional curricular comum dos cursos de design, o que que os cursos de design no Brasil deveriam ter? Aí eu fui estudar todas as legislações e principalmente

a base nacional como comum curricular de Design. Depois disso, depois que tem de comunicação, eu fui ver o que tem de conteúdo, de Comunicação e Semiótica no Design. Fui estudar as diretrizes curriculares nacionais no design. Essa lógica do pensamento Peirceano dividido em três etapas. Por que que eu pensei nas três etapas, professor? Porque basicamente, um ou outro curso de Design, eles todos estão divididos em três etapas que é o básico, intermediário, avançado. Eu peguei essa lógica dele e trouxe para nossa área, que é da Semiótica. Criamos um quadro com a lógica de distribuição dos conteúdos de Comunicação e Semiótica e com base nas ementas de cada disciplina das 26 instituições. Tem lá a parte toda de distribuição de conteúdo que eu peguei das ementas. Na próxima etapa, nós fizemos o seguinte, estabelecemos o que que seriam conteúdos de fundamentação, que se aí eu dei o nome conteúdos de fundamentação básico, conteúdos específicos, experimentação e conteúdos de aplicação teórico práticos. Criamos eixos de possibilidade de inserção dos conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de design. A partir desse estudo anterior, nós estamos criando e aí a gente parte para a proposta mesmo, que seria uns três eixos. E que aí eu quero ver se o professor acha que tem propósito. É o eixo um seria o nome mesmo, fundamentação, experimentação e aplicação. Os cursos, divididos em três ciclos, e os conteúdos divididos nos três ciclos, conteúdos de Comunicação e Semiótica, que é basicamente o que a gente tenta aqui na universidade, mas que não consegue por inteiro, né? Os conteúdos aparecem sendo trabalhados ao longo de todo o percurso do discente do curso de design, mas apresenta-se dividido em fundamentação, experimentação e aplicação. Por essa proposta, os conteúdos de semiótica estariam distribuídos e aplicados durante o curso de graduação. Eu fiz a proposta para 8 períodos. Isso varia muito. Eu fiz a proposta da média por 8 e semestres. Do primeiro ao quarto período, seria a fase de fundamentação dos conteúdos básicos, com os temas teóricos, né? Aí seria a parte de percepção.

Taís de Souza Alves Coutinho

Eu já fiquei pensando na possibilidade do seu curso. Depois, na fase de experimentação, onde se encontram os conteúdos específicos, já começa a ver e já começa a ver Design mesmo. Coloquei que seriam os conteúdos de Comunicação e Semiótica aplicados a Design mesmo com os autores, que são designers e que trabalham a Semiótica. Do terceiro ao quinto, ele já tem prática projetual. E na terceira etapa de aplicação dos conteúdos teórico práticos, haveria a experimentação dos conceitos nos projetos e trabalhos de final de curso. Aí seria o último ano

do curso. Alguns cursos já tiraram essa terceira etapa, não fazem mais projeto de graduação final, mas aí eu tenho a proposta para esses cursos também.

Taís de Souza Alves Coutinho

Quer que eu fale todas? É o eixo 2. Eu chamei de eixo contínuo e transversal. Esse seria, em todo o curso, professor. A ideia é que esses conteúdos sejam trabalhados com todos os professores. Eu sei do desafio. A ideia é que esse conteúdo sejam estudados de forma transversal e que os assuntos teóricos sejam aplicados em todas as capas do ato de projetar, do estudante de design no curso de graduação esse direcionamento, embora não apareça de forma Clara nos projetos pedagógicos que a gente estudou. Ele é sugerido por alguns dos docentes que sentem essa falta da correlação entre os conteúdos teóricos e práticos. Como componente transversal, a Semiótica poderia ser estudada como fundamental, permeando disciplinas básicas, específicas e teórico-práticas do curso. Não ficaria restrita a um único componente curricular. Teria vários componentes curriculares trabalhando. Eu já acontece na prática, mas teria que formalizar em alguns cursos. Ela serviria como base conceitual, capaz de sustentar o aprendizado do design no que se refere à criação e execução de projetos. Um componente transversal. Essa é a segunda ideia. O terceiro eixo eu chamei de espiral integrador. Seria semestral, com as três fases. O eixo espiral integrador vai ter como objetivo estimular a visão integrada do campo de Design sobre Comunicação e Semiótica e como ela pode auxiliar no desenvolvimento de projetos articulados entre teoria e prática. Esse representa uma progressão contínua e crescente no processo de ensino aprendizagem e que os conceitos são revisitados ao longo da graduação, apresentando maior complexidade, profundidade, aplicação contextual todo semestre todo semestre aqui. A Semiótica poderia fazer parte dessa lógica, permitindo também que os conteúdos de fundamentação, experimentação e aplicação fossem trabalhadas durante o curso. Esse modelo é desafiador porque exigiria um planejamento de todos os conteúdos do curso. E eles teriam que ser trabalhados de modo em que cada semestre houvesse conteúdo básico específico e teórico-prático de Design. Eu sei que existem, mas são projetos experimentais em alguns cursos no Brasil, basicamente muito tecnológicos.

Taís de Souza Alves Coutinho

Qual modelo ou quais deles, o professor acha mais pertinente?

Wellington Medeiros

Desses que você apresentou?

Taís de Souza Alves Coutinho

É.

Wellington Medeiros

Olha, é. É difícil.

É difícil para mim agora te dizer assim, que é o mais pertinente, sabe? Eu precisava é refletir um pouquinho mais, porque eu acho que são propostas muito, muito boas, muito consistentes. Eu vejo que você trabalhou muito nelas. Eu acho que são propostas que talvez tenham viabilidade. E tu para mim, fica difícil te dizer agora qual é a qual seria aqui eu preferiria, eu não vou conseguir te dizer isso. O que eu consegui é do que tu estava falando. Aí fiz algumas anotações aqui. Eu acho que nos três modelos a ideia de a Semiótica é muito boa. Eu gosto, sabe dessa, dessa possibilidade de ela estar no curso todo. É ir aumentando em termos de complexidade de um campo muito teórico para um campo prático, guardando as devidas proporções, é o que eu mais ou menos eu faço na disciplina. Eu parto dessa parte teórica, depois tenho os exercícios de aplicação e finalmente o desenvolvimento de alguma coisa. E pode ser em diversas linguagens. É, mas sempre no campo da Comunicação e da Semiótica aplicada ao Design. Mas a distribuição disso não acontece ao longo do semestre, o que seria é uma muito interessante, O que eu vejo assim, em termos de alguns aspectos que precisam ser, é pensados um pouco é que a estrutura do curso em si, de curso de Design, é muito complexa.

É uma estrutura, assim que, por exemplo, eu digo para os meus colegas, isso é motivo de discussão. Então, um professor de projeto para acompanhar o desenvolvimento dessa disciplina, ele precisa ter conhecimento de tudo, porque o Design ele, ele, ele não é excludente. Você não pode pensar no Design sem pensar em estética. Então, um professor que disse que não sabe nada de estética, ele está no lugar errado. Professor de design que não entende nada de processo de produção, ele está no lugar errado porque faz parte do curso. Então eu não acredito na especialização em um curso de Design. Então, quando alguém fala sobre Semiótica, os outros se calam. É então, o que eu vejo como problemático como isso vai perpassar todo o curso. Isso vai ser incorporado pela estrutura e pelo corpo docente. Certamente alguém vai dizer não, mas porque o curso não é de Semiótica. O curso é de Design. A Semiótica, ela tem uma dimensão tão importante quanto todas as outras disciplinas. A gente vai ter Semiótica durante os quatro anos do curso, então isso vai ser um embate que você vai enfrentar no meu curso. Você enfrentaria? Mas eu gosto muito da ideia. Talvez uma forma de fazer isso seria se conectando como nós fazemos aqui esse conteúdo com

projeto.

Se isso de alguma forma, escoar para a disciplina de projeto e talvez também. pensar na conexão da Semiótica com outras disciplinas, por exemplo, Estética e Semiótica. Elas estão conectadas. A Semiótica e a Cultura Material também está. Então, talvez alguns alguns tópicos da estrutura elas possam incorporar alguns elementos que depois vão ser concentradas, aí sim, em um ponto só sobre a Semiótica. Aí eu acho que isso dá uma compreensão melhor, é o que eu sinto. Vejo na sua fala que a proposta está quase chegando a uma proposta de uma pós graduação, tipo uma especialização. Curso de especialização em Design e Semiótica. Na Semiótica não estou dizendo que que não que o teu projeto não está contemplando a graduação, está totalmente, mas ele está quase só mais um pouquinho e ele se transforma em uma proposta de uma especialização, de um curso de pós. Então, a primeira impressão que eu tenho assim quando você falou da das tuas três propostas. Primeiro que eu acho muito bom, sabe, eu. Eu acho que é relevante. É um assunto que não pode ficar só na disciplina de Semiótica, ela tem que escoar para o restante do curso porque o curso ele precisa, mas para isso acontecer, é preciso que haja uma consciência coletiva de que o Design é Comunicação. E, pelo menos no meu curso, essa consciência ainda não existe. Somos 14 professores. Eu acho que desses 14, uns três ou quatro já compreendem que Design e a Comunicação e Semiótica são áreas indissociáveis. Os outros estão na ergonomia, na produção, os outros estão que são também áreas importantes, mas eles enxergam como outros universos. A água e óleo. Eles não conseguem cruzar isso, mas eu acho que a tua proposta pode ser um caminho para a gente conseguir conversar, dialogar com eles. Porque se tu conseguir, de alguma forma, nos mostrar essa conexão da Semiótica ao longo da do curso e a conexão dela com os demais tópicos e que o Design é Comunicação, isso vai ser uma coisa maravilhosa! Vai ser um avanço estupendo nessa direção! Eu acho teu trabalho muito importante. Eu quero muito ver esse resultado.

Taís de Souza Alves Coutinho

Sei que é muito desafiador.

Wellington Medeiros

É, essa parte de Semiótica acontece é com ênfase mesmo na minha disciplina. Agora tem outras professoras que nas suas disciplinas já começam também a colocar os conteúdos de Semiótica. Tem uma outra disciplina com a professora, que também fez o doutorado dela. Incluiu

semiótica. Ela aplica a Semiótica. Quando ela chegou na minha disciplina, os alunos, eles já têm uma pequena noção do que seja signo, por exemplo, sabe mais ou menos isso. Então não chegam aqui tão no zero, mas não conseguem entender como é que o signo opera. O nosso curso foi criado dentro do departamento de engenharia mecânica. Para você ter uma ideia de como as coisas foram mais difíceis aqui para incluir essa dimensão mais subjetiva da coisa. Mas hoje não. Hoje nós somos departamento. Nós somos do departamento independente e já há uma mudança de compreensão sobre o Design. Eu vejo isso claramente com também o nosso programa de pós graduação. Tem uma linha de pesquisa que é informação, comunicação e cultura que traz muito dessa dimensão Semiótica também. A minha disciplina é um micro universo em que essas três etapas acontecem.

Mas é só ali, realmente. Se, se puder ser estendido, seria muito interessante. Uma base depois da aplicação e o projeto final. Eu sempre trabalho essas duas dimensões, a Semântica e a Semiótica nas minhas orientações de Trabalho de Conclusão de Curso.

Wellington Medeiros

Depois, vou ficar na torcida e eu quero muito ler o seu trabalho no final e espero que atenda de alguma forma. Colaborado com o seu trabalho e qualquer dúvida pode mandar aqui a gente.

Taís de Souza Alves Coutinho

Com certeza, colaborou muito professor. Eu quero muito agradecer a disponibilidade de tempo, que é a coisa mais preciosa nossa.

Taís de Souza Alves Coutinho

Muito obrigada.

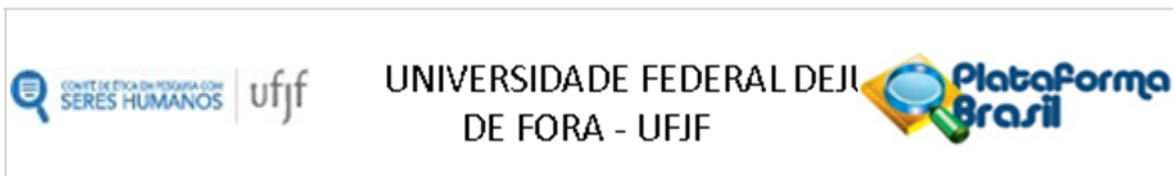
Wellington Medeiros

Boa noite, tchau.

ANEXOS

ANEXO A - COMITÊ DE ÉTICA

Aprovação no Comitê de Ética da Universidade Federal de Juiz de Fora



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Contribuições do ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design

Pesquisador: TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 75313123.0.0000.5147

Instituição Proponente: Faculdade de Comunicação

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.581.863

Apresentação do Projeto:

As informações contidas nos campos “Apresentação do Projeto”, “Objetivo da Pesquisa” e “Avaliação dos Riscos e Benefícios” foram retiradas do arquivo Informações Básicas da Pesquisa.

"A pesquisa busca compreender como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil. A pesquisa possui uma abordagem predominantemente qualitativa, e caracteriza-se como exploratória. Para além da pesquisa bibliográfica, para a revisão de literatura, aplicam-se questionários e entrevistas para coleta de dados entre coordenadores e/ ou professores de Comunicação e Semiótica dos cursos de graduação bacharelado em Design. A amostragem é não probabilística. Os

questionários serão enviados virtualmente (formulário online) para um grupo de professores. Os participantes serão recrutados via redes sociais da equipe de pesquisa, bem como por email disponíveis em sites das instituições. Será solicitado, aos participantes que responderem aos questionários, a indicação de novos participantes, configurando, assim, o uso da técnica de bola de neve. Os participantes também serão perguntados sobre a sua disponibilidade para fazer parte de uma segunda etapa da pesquisa, a qual será composta por cinco entrevistas em profundidade, semiestruturadas. Os resultados dos questionários serão tabulados com a utilização do Excel e disponibilizados em forma de gráficos e/ ou tabelas.

Objetivo da Pesquisa:

"Objetivo primário: Evidenciar como tem se dado o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito dos cursos de graduação em Design no Brasil"

"Objetivo secundário: - Realizar um estudo teórico sobre como acontecem as relações entre os conteúdos de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação bacharelado em Design;

- Analisar os projetos pedagógicos de cursos de graduação em Design no país e correlacioná-los com a percepção dos participantes sobre currículo ou currículo oculto;
- Identificar as disciplinas e conteúdos relacionados à comunicação nos cursos de bacharelado em Design a partir de uma perspectiva crítica dos participantes;
- Compreender como os conteúdos de Comunicação e Semiótica podem ser utilizados nas práticas projetuais a partir das experiências dos participantes da pesquisa."

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

"Riscos: A pesquisa apresenta um risco mínimo, que se refere à possibilidade de identificação dos participantes. Por segurança da informação, a aplicação do questionário se dará por meio da ferramenta virtual, Google Forms. Ressalta-se que após a finalização dos questionários, será realizada a extração dos dados para um suporte físico (pen-drive), que ficará sobre a guarda do laboratório ao qual a pesquisa está vinculada, Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura no Urbanismo e no Design, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Para minimizar a possibilidade do risco, as entrevistas serão gravadas no Google Meet, baixadas para um pendrive, apagadas da nuvem e transcritas pela pesquisadora, utilizando um computador próprio, não compartilhado com outras pessoas. Ressalta-se que após a

finalização das entrevistas, será feita a extração dos dados para uma ferramenta física, que ficará sobre a guarda do laboratório a que a pesquisa está vinculada, Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura no Urbanismo e no Design, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Os nomes dos participantes serão substituídos por “participante nº x”. Vale ressaltar que os dados serão tratados de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, instituída pela lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Antes da publicação, todo o material transcrito será cuidadosamente revisado, evitando a divulgação de dados pessoais. Caso, por algum descuido, algum dado seja publicado, buscará imediatamente a retirada de circulação do material publicado. Outro risco possível é a geração de algum constrangimento do participante no momento da pesquisa, no entanto o questionário e as perguntas serão cuidadosamente revisados para evitar que o risco aconteça. De toda forma, caso o participante se sinta constrangido ao responder alguma pergunta, basta interromper o preenchimento dos questionários ou

solicitar a finalização da entrevista. Também está assegurado ao participante o direito de solicitar sua retirada da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo algum para si."

"Benefícios: Os benefícios para os participantes podem ser considerados como benefícios indiretos, uma vez que os resultados da pesquisa poderão refletir em suas práticas metodológicas, haja vista que a pesquisa pretende trazer um olhar mais atento para o ensino de Comunicação e Semiótica para o curso de graduação em Design. A pesquisa pretende ampliar e aprofundar o conhecimento teórico existente sobre o ensino de comunicação no contexto específico do curso de Design, a partir das percepções dos participantes (professores e/ou coordenadores). Para isso, é preciso investigar as teorias, abordagens pedagógicas, metodologias e práticas de ensino de Comunicação e Semiótica nessa área, a fim de fornecer contribuições para a literatura acadêmica em Comunicação. A pesquisa contribui no sentido de promover a discussão da prática de ensino, podendo estimular debates acadêmicos e profissionais, impulsionando o avanço do campo da comunicação aplicado em outras áreas além do design. A pesquisa poderá servir de base para a construção de mudanças curriculares sobre o ponto de vista da Comunicação e ainda orientar os professores da área que trabalham no curso a discutirem suas práticas de ensino de forma interligadas com o restante do curso, a fim de intensificar a integração entre a teoria e a prática."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O projeto está bem estruturado, delineado e fundamentado, sustenta os objetivos do estudo em sua metodologia de forma clara e objetiva, e se apresenta em consonância com os

princípios éticos norteadores da ética na pesquisa científica envolvendo seres humanos elencados na resolução 466/12 do CNS e com a Norma Operacional N° 001/2013 CNS.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O protocolo de pesquisa está em configuração adequada, apresenta FOLHA DE ROSTO devidamente preenchida, com o título em português, identifica o patrocinador pela pesquisa, estando de acordo com as disposições definidas na Norma Operacional CNS 001 de 2013 item 3.3 letra a; e 3.4.1 item 16. Apresenta o TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO em linguagem clara para compreensão dos participantes, apresenta justificativa e objetivo, campo para identificação do participante, descreve de forma suficiente os procedimentos, informa que uma das vias do TCLE será entregue aos participantes, assegura a liberdade do participante recusar ou retirar o consentimento sem penalidades, garante sigilo e anonimato, explicita riscos e desconfortos esperados, indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa, contato do pesquisador e do CEP e informa que os dados da pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador pelo período de cinco anos, de acordo com as normas definidas na Resolução CNS 466 de 2012, itens: IV letra b; IV.3 letras a, b, d, e, f, g e h; IV. 5 letra d e XI.2 letra f. Apresenta o INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS de forma pertinente aos objetivos delineados e preserva os participantes da pesquisa. O pesquisador apresenta titulação e experiência compatível com o projeto de pesquisa, estando de acordo com as diretrizes definidas no Manual Operacional para CEPs. Apresenta DECLARAÇÃO de infraestrutura e de concordância com a realização da pesquisa de acordo com as exigências definidas na Norma Operacional CNS 001 de 2013 item 3.3 letra h.

Recomendações:

Sem recomendações a acrescentar.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Diante do exposto, o projeto está aprovado, pois está de acordo com os princípios éticos norteadores da ética em pesquisa estabelecido na Res. 466/12 CNS e com a Norma Operacional N° 001/2013 CNS. Término da pesquisa: 30/09/2024

Considerações Finais a critério do CEP:

Diante do exposto, o Comitê de Ética em Pesquisa CEP/UFJF, de acordo com as normas definidas na Res. CNS 466/12 e na Norma Operacional N°001/2013 CNS, manifesta-se pela APROVAÇÃO do protocolo de pesquisa proposto. Vale lembrar ao pesquisador responsável pelo projeto, o compromisso de envio ao CEP de relatórios parciais e/ou total

de sua pesquisa informando o andamento da mesma, comunicando também eventos adversos e eventuais modificações no protocolo.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2208228.pdf	07/12/2023 16:03:44		Aceito
Outros	informacoes_complementares.pdf	07/12/2023	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_detalhado_brochura_final.pdf	07/12/2023 15:52:30	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Outros	questionario_googleforms.pdf	06/12/2023 14:20:13	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Outros	TCLEcomquestionario.pdf	26/10/2023 09:54:46	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_entrevista.pdf	26/10/2023 09:30:39	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Outros	Curriculolattespesquisador.pdf	05/09/2023 15:07:53	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Outros	Curriculolattesorientador.pdf	05/09/2023 15:07:10	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito

Outros	Roteiro da entrevista.pdf	05/09/2023 14:55:46	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito
Folha de Rosto	folha de rosto assinada.pdf	05/09/2023 14:48:47	TAIS DE SOUZA ALVES COUTINHO	Aceito

Situação do Parecer: Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP: Não

JUIZ DE FORA, 14 de dezembro de 2023.

Assinado por: Jubel Barreto (Coordenador(a))