



DESIGN COMO LINGUAGEM: EXPLORANDO A COMUNICAÇÃO CULTURAL E SUA INFLUÊNCIA CONTEMPORÂNEA¹

*"Design as Language: Exploring Cultural Communication and Its
Contemporary Influence"*

RAMALHO, Pedro

Mestrando em Design; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
(PUC-Rio)
pedropauloramalho@yahoo.com.br

NOJIMA, Vera

Doutora em Design; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
(PUC-Rio)
nojima@puc-rio.br

RESUMO

Em meio à crescente interconexão da sociedade contemporânea, o design emerge como uma linguagem rica e influente, abrangendo não apenas objetos utilitários, mas também todo um sistema de comunicação e uma variedade de serviços. O design transcende a mera estética, incorporando a criação de interfaces visuais, símbolos e elementos comunicativos que desempenham um papel crucial na forma como as pessoas interagem, compreendem e se relacionam com produtos, marcas e informações. Os estudos culturais têm ganhado destaque, especialmente nas modernas teorias de semiótica, linguística e comunicação. Nesse contexto, é fundamental destacar a influência de renomados teóricos, como Roman Jakobson, Charles Morris e Roland Barthes, cujas contribuições enriquecem nosso entendimento da intersecção entre

¹ Experiência didática abordada na disciplina de graduação "Design e Comunicação". Agradecimento especial à Professora Doutora Vera Lúcia Nojima que orientou este projeto.



design e linguagem. Uma questão de destaque nesse cenário é a investigação da linguagem para além dos signos verbalizados, considerando a linguagem como qualquer meio de interação e comunicação na sociedade. Neste contexto, o design emerge como uma faceta de extrema relevância, ao abranger elementos visuais e estéticos, desempenhando um papel vital na comunicação e na cultura contemporânea global. O design adota uma abordagem metodológica contemporânea, que se destina à investigação científica de seu próprio domínio, alinhando-se com um quadro teórico diversificado. Para ilustrar esse enfoque, podemos analisar os princípios fundamentais do design: forma, significado e função, demonstrados exemplarmente por meio de um ensaio fotográfico e uma revista. Um exemplo notável é o projeto autoral intitulado “A Moda Mata²”, desenvolvido na disciplina de graduação “Design e Comunicação” que busca, por meio da fotografia e retratos circunstanciais, documentar os impactos prejudiciais que a indústria têxtil causa ao meio ambiente, utilizando sobras de tecidos após desfiles e intervenções em chamadas publicitárias. O projeto enfatiza as dimensões estéticas, simbólicas e pragmáticas do design, tendo como base a revista Vogue, reconhecida por suas capas e desfiles de moda, como fonte de inspiração para desenvolver uma abordagem pautada na semiótica das funções do design. Logo, tanto o projeto quanto a revista Vogue compartilham o propósito de conscientizar sobre as questões ambientais e culturais vinculadas à indústria da moda, utilizando a linguagem do design de forma impactante e significativa. As funções delineadas por esses projetos constituem uma perspectiva holística que aborda uma variedade de características únicas, incluindo acessórios, roupas, expressões faciais, corpos e maquiagem. Essas funções abrangem o domínio estético, onde se exploram a beleza do corpo humano, as cores, os movimentos e as texturas dos

² Série de fotografias que identificam o projeto.

materiais; a dimensão simbólica, que se direciona para significados subjacentes à realidade, como o contraste entre a concepção do belo e as implicações da morte; e, finalmente, a função pragmática, cujo propósito é sensibilizar os consumidores acerca dos impactos negativos da indústria da moda no meio ambiente, proporcionando simultaneamente satisfação estética ao espectador. Em síntese, o design é concebido como uma forma intrínseca de linguagem, comunicando, refletindo e influenciando a cultura, desencadeando debates e reflexões contínuas sobre sua relação com a sociedade e a cultura contemporânea.

Palavras-chave: Design; Linguagem; Cultura; Comunicação; Expressão.



Referências

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NOJIMA, V; BRAIDA; F. **Por que Design é Linguagem?** Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

SANTAELLA, L; NÖTH, W. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

VIÉGAS, R. F. **Guia para estudos da linguagem: comunicação e semiótica**. São Paulo: Unimarco Editora, 2004.