

Actas de Diseño (2026, julio),
Vol. 54, pp. 137-139. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: octubre 2025
Versión final: julio 2026

Interfaces entre a comunicação e o design

Taís de Souza Alves Coutinho y Frederico Braidá^(*)

Resumo: Este estudo aborda as relações entre Comunicação e Design, entendidos como áreas transversais e híbridas. O principal objetivo é evidenciar como os aspectos comunicacionais são fundamentais para o campo do Design, uma vez que as dimensões de comunicação podem influenciar todo o processo de design de uma marca ou produto.

Palavras-chave: Comunicação – Design – semiótica – percepção.

[Resúmenes en inglés y español en la página 139]

Nas matrizes curriculares de muitos cursos de graduação em Design constam disciplinas que estão, direta ou indiretamente, ligadas à comunicação. Há conteúdos ligados à comunicação visual, à semiótica e à percepção. Os processos comunicacionais estão presentes em diversas etapas da atividade de projetar um produto, uma embalagem, ou até mesmo um ambiente.

A proposta do estudo é buscar o entendimento do contexto do ensino do Design no Brasil, compreendendo a sua capacidade de interação com outras áreas do conhecimento, especialmente no que se refere aos âmbitos da Comunicação e da Semiótica. Como acontecem as relações transversais entre a comunicação e o design no âmbito dos cursos de graduação em Design nas universidades brasileiras?

A ideia é identificar como as disciplinas de comunicação podem auxiliar os estudantes de design em sua prática projetual. Partindo do pressuposto de que design é

linguagem (Braidá, 2014), acredita-se que a comunicação e o design tenham muitos pontos em comum já que as duas áreas se utilizam de linguagens híbridas para transmitir suas mensagens. Assim, é preciso compreender como os cursos de Design têm trabalhado os processos comunicacionais e quais as estratégias utilizadas para que o estudante entenda a importância da comunicação em seus projetos e na relação com o consumidor/usuário. A partir de estudos teóricos da comunicação e do design, pretende-se entender em que áreas se aproximam e em que se afastam, no sentido de destacar como a comunicação pode auxiliar desde a concepção do projeto até a sua entrega ao mercado consumidor. Acredita-se que desde a ideia, da elaboração do conceito, até a sua chegada ao consumidor final, a comunicação, bem como seus processos, sejam pontos estratégicos para que o produto e/ou marca obtenham sucesso.

Essa relação entre as duas áreas no país tem sido estudada em nível de mestrado e doutorado, por algumas instituições. O Núcleo de Estudos das Relações Transversais do Design, vinculado ao Programa de Pós-graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) em 2010, publicou uma obra relatando essa proximidade.

Existem poucos estudos que aproximam essas áreas em nível de graduação, estabelecendo a relação entre as duas. Embora haja indicações de que se aproximam com congruências em suas aplicações do conhecimento e uma sirva de suporte para desenvolvimento de atividades práticas da outra, sugerimos a hipótese de que muitas vezes parecem desconectadas ou trabalhadas de forma não integrada. Assim, a teoria e a prática podem se distanciar. É possível identificar que nem sempre os conteúdos apreendidos nos suportes teóricos da Comunicação conseguem ser aplicados nas disciplinas de Prática Projetual.

A interdisciplinaridade é defendida pelos teóricos da educação como algo essencial para a formação humana. É uma forma de pensar. A organização curricular por áreas do conhecimento, cobertas pelas ciências recebem o nome de disciplinas. A divisão dos estudos por disciplinas foi instituída no século XIX, notadamente com a formação das universidades modernas; desenvolveu-se, depois, no século XX, com o impulso dado à pesquisa científica; isto significa que as disciplinas têm uma história: nascimento, institucionalização, evolução, esgotamento. Essa história está inscrita na Universidade, que, por sua vez, está inscrita na história da sociedade (Morin, 2002, p. 105). 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”.

O estudo dos conteúdos específicos aliado à formação humana e sua relação com diversas áreas do conhecimento contribui para que a graduação em design seja mesmo multidisciplinar. Em seu artigo intitulado “A interdisciplinaridade e o ensino do design”, Antônio Fontoura ressalta essa característica da profissão de designer. Para ele, ao projetar, além de levar em consideração as inúmeras condicionantes técnicas, o designer considera também o universo de necessidades dos usuários.

Isso implica em um acervo de conhecimentos oriundos de diversas áreas, entre elas: da antropologia, da psicologia, da sociologia, da arte, da ergonomia, da semiótica, da tecnologia, da ciência dos materiais, das técnicas de representação, da economia, da administração, do marketing, da proxêmica, da informática, aplicados simultaneamente na criação e no desenvolvimento de projetos, sejam eles na área gráfica, na digital, na moda, na moveleira, na de jóias, na automobilística, na calçadista, na de interiores (Fontoura, 2011).

Vários autores já ressaltaram a necessidade de trabalhar a função de comunicação e produção de significados dos

produtos e/ou serviços no design. “Deve-se dar ênfase não só aos aspectos práticos, mas também as necessidades psíquicas e sociais dos consumidores, porém essas necessidades (psíquicas e sociais) por muito tempo ficaram em segundo plano” (Bürdek, 2006).

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, traz artigos de pesquisadores brasileiros que conseguem identificar a relação entre essas áreas do conhecimento e propõem uma reflexão. Vera afirma que “não se pode pensar em concepção de produto sem uma intenção de comunicação” (2010, p. 10). Além disso, é importante identificar as interfaces entre usuário e produto.

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 (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).

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 traz valores de uma sociedade, seja pelo material escolhido (sustentável) ou pela sua usabilidade objetiva e clara.

Uma pesquisa sobre os pontos convergentes e divergentes entre a comunicação e o design pode servir de parâmetros para a construções de reformas curriculares nos cursos de design que tenham como perfil a formação de correlacionar essas partes do conhecimento e ainda nortear os professores da área de comunicação que trabalham no curso a discutirem suas práticas de ensino de forma mais articulada com o restante do curso, de maneira a promover maior integração entre a teoria e a prática.

Referências bibliográficas

- Bomfim, G. A. (2001). Sobre a Possibilidade de uma Teoria do Design. *Revista Estudos em Design, Rio de Janeiro*, ed. especial, p.51-57, jan.
- Bomfim, G. A. (1997). Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. *Estudos em Design*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, dez.
- Braida, F. (2012). A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas. Tese. (Doutorado em design). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

- Braida, F. & Nojima, V. L. (2019). Linguagens híbridadas: nas culturas, nas comunicações, nas artes e no design. In: Braida, F.; Nojima, V. L. *Manifestações da linguagem híbrida no design contemporâneo: fundamentos e aplicações*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Gonçalo: Design Monnerat. p. 33-53.
- Braida, F. (2011). *Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação*. possível. Disponível em: < https://www.ufjf.br/frederico_braida/files/2011/02/2009_Design-como-forma-simb%c3%b3lica-e-como-fen%c3%b4meno-de-linguagem.pdf >. Acesso em 15 de agosto. 2020.
- Braida, F. (2014). *Por que design é linguagem?* Rio de Janeiro: Rio Book's.
- Braida, F. (2014). *Tríades do design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função*. Rio de Janeiro: Rio Book's.
- Bürdek, Bernhard E. (2006). *Design. História, teoria e prática do Design de Produtos*. Tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Blücher.
- ENADE. (2018). Componente de Formação Geral do Enade 2018. Disponível em: < <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=515&pagina=12&data=04/06/2018> > . acesso em agosto 2021.
- Fontoura, A. M. (s.f.). *A interdisciplinaridade e o ensino do design*. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/8855> Acesso em 22 de agosto 2020.
- Hjarvard, S. (2014). Miatização: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>>. Acesso em 1 agosto 2021.
- Mosaico Social. (2012). *Revista do Curso de Ciências Sociais da UFSC*. Ano VI, n. 06: 347-386. (<http://cienciasociais.ufsc.br/files/2015/03/Artigo-213.pdf>)
- Morin, E. (2002). *A cabeça bem feita. Repensar a reforma repensar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Nadin, M. (1990). *Design and Semiotics*. In: *Semiotics in the Individual Sciences*, vol. II. W.A. Koch. Bochum: Brockmeyer. p. 418-436.
- Niemeyer, L. (2003). *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB.
- Nojima, V. L. (et al.). (2010). *Design: comunicação e semiótica: estudo e pesquisa das relações transversais*. Rio de Janeiro: 2AB.
- Peirce, C. S. (1977). *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Pignatari, D. (1968). *Informação. Linguagem. Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva.
- Santaella, L. (1983). *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense.
- Santaella, L. (2008). *Semiótica aplicada*. São Paulo: Cengage Learning.
- Resumen:** Este estudio aborda las relaciones entre la comunicación y el diseño, entendidos como áreas transversales e híbridadas. El objetivo principal es poner de manifiesto cómo los aspectos comunicativos son fundamentales para el campo del diseño, ya que las dimensiones de la comunicación pueden influir en todo el proceso de diseño de una marca o un producto.
- Palabras clave:** Comunicación – Diseño – semiótica – percepción.
- Abstract:** This study examines the relationship between Communication and Design, understood as cross-disciplinary and hybrid fields. The main objective is to highlight how communicational aspects are fundamental to the field of Design, given that the dimensions of communication can influence the entire design process of a brand or product.
- Keywords:** Communication – Design – semiotics – perception.
- (*) Taís de Souza Alves Coutinho:** Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora, mestre em Letras, pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora. E doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora. É professora do Departamento do curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, unidade Ubá. • **Frederico Braida:** Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (DPRT/FAU/UFJF). Professor Permanente dos Programas de Pós-Graduação em Ambiente Construído (PROAC/UFJF), em Gestão e Avaliação da Educação Pública (PPGP/UFJF) e em Comunicação (PPGCOM/UFJF). Líder do Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões da Arquitetura, Urbanismo e Design (LEAUD - CNPq/UFJF).