



A Moda Mata: uma experiência sobre a comunicação cultural do design

Fashion Kills: An experience on the cultural communication of design

La Moda Mata: una experiencia sobre la comunicación cultural del diseño

Pedro Paulo Ramalho

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Design,
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

pedropauloramalho@yahoo.com.br | <https://orcid.org/0009-0009-7533-1131>

Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Design,
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

nojima@puc-rio.br | <https://orcid.org/0000-0002-3743-9688>

Luiza Novaes

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Design,
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

lnovaes@puc-rio.br | <https://orcid.org/0000-0003-0444-260X>

Resumo

Em meio à interconexão da sociedade contemporânea, o design se apresenta como uma linguagem significativa, transcendendo a estética e abrangendo a criação de interfaces visuais e elementos comunicativos. Estudos culturais, apoiados por teorias de semiótica e comunicação, destacam a influência de teóricos como Jakobson, Morris e Barthes, enriquecendo a compreensão do design enquanto linguagem. Este estudo investiga a extensão da linguagem para além dos signos verbalizados, reconhecendo qualquer meio de interação como parte integrante da comunicação social. Utilizando uma metodologia contemporânea, o design é explorado através de exemplos como o estudo "A Moda Mata", que documenta os impactos ambientais da indústria têxtil, demonstrando as funções estética, simbólica e pragmática do design. O estudo ilustra como o design pode comunicar questões culturais e ambientais de forma impactante, refletindo sobre sua integração e influência na cultura global.

Palavras-chave: Design. Comunicação visual. Semiologia. Sustentabilidade. Cultura contemporânea.

Abstract

Amidst the interconnection of contemporary society, design emerges as a meaningful language, transcending aesthetics and encompassing the creation of visual interfaces and communicative elements. Cultural studies, supported by theories of semiotics and communication, highlight the influence of theorists such as Jakobson, Morris, and Barthes, enriching the understanding of design as language. This study investigates the extent of language beyond verbalized signs, recognizing any means of interaction as an integral part of social communication. Employing a contemporary methodology, design is explored through examples such as the study "Fashion Kills," which documents the environmental impacts of the textile industry, demonstrating the aesthetic, symbolic, and pragmatic functions of design. The study illustrates how design can communicate cultural and environmental issues impactfully, reflecting on its integration and influence in global culture.

Keywords: Design. Visual communication. Semiology. Sustainability. Contemporary culture.

Artigo recebido em: 18/06/2024 | Aprovado em: 29/04/2025 | Publicado em: 10/06/2025

Como citar:

RAMALHO, Pedro Paulo; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos; NOVAES, Luiza. A Moda Mata: uma experiência sobre a comunicação cultural do design. **Tríades em Revista: Transversalidades, Design e Linguagens**, Juiz de Fora: UFJF, v. 14, p. 1-17, e44901, 2025. e-ISSN 1984-0071. DOI: <https://doi.org/10.34019/1984-0071.2025.v14.44901>





Resumen

En medio de la interconexión de la sociedad contemporánea, el diseño se presenta como un lenguaje significativo, trascendiendo la estética y abarcando la creación de interfaces visuales y elementos comunicativos. Los estudios culturales, apoyados por teorías de semiótica y comunicación, destacan la influencia de teóricos como Jakobson, Morris y Barthes, enriqueciendo la comprensión del diseño como lenguaje. Este estudio investiga la extensión del lenguaje más allá de los signos verbalizados, reconociendo cualquier medio de interacción como parte integral de la comunicación social. Utilizando una metodología contemporánea, el diseño es explorado a través de ejemplos como el estudio "La Moda Mata", que documenta los impactos ambientales de la industria textil, demostrando las funciones estéticas, simbólicas y pragmáticas del diseño. El estudio ilustra cómo el diseño puede comunicar cuestiones culturales y ambientales de manera impactante, reflexionando sobre su integración e influencia en la cultura global.

Palabras clave: Diseño. Comunicación visual. Semiología. Sostenibilidad. Cultura contemporánea.

1 Introdução

O design se destaca como uma linguagem fundamental que transcende sua tradicional função estética, abraçando a criação de interfaces visuais e elementos comunicativos, na medida em que a sociedade se torna cada vez mais interconectada. Este papel ampliado permite ao design influenciar profundamente a forma como as pessoas interagem, compreendem e se relacionam com as informações e entre si. A pesquisa aqui apresentada buscou explorar como o design pode ser empregado não só como uma ferramenta para a comunicação visual, mas também como um meio eficaz para engajar questões culturais e ambientais. Numa abordagem semântica, sublinha-se o design como uma poderosa forma de linguagem que transcende a comunicação verbal, engajando o público em níveis muito profundos de significado e interação.

Por meio do estudo “A Moda Mata”, um editorial de fotos desenvolvido como parte da disciplina Design e Comunicação, do curso de graduação em Design, foi possível perceber uma ferramenta de impacto social. Este estudo emprega a estética visual para denunciar os efeitos prejudiciais da indústria da moda no meio ambiente, destacando o desperdício de materiais e a poluição como questões urgentes que necessitam de atenção. Utilizando imagens provocativas e narrativas visuais, o estudo “A Moda Mata” não só informa, mas também instiga o público a refletir sobre seu próprio consumo e o ciclo de vida dos produtos que escolhe.

A abordagem metodológica deste estudo incorpora análise teórica e prática, permitindo uma compreensão mais holística das funções do design. O estudo dialoga com áreas como a psicologia ambiental, a sociologia e a ética, para explorar como o design pode influenciar e ser influenciado por diversas dimensões da experiência humana

Por outro lado, também contempla o impacto do design na formação da identidade cultural e na promoção da diversidade. Projetos que enfocam questões de representatividade e inclusão demonstram como o design pode ser uma força para o bem social, desafiando estereótipos e promovendo uma compreensão mais profunda e respeitosa das diversas culturas que compõem o tecido social contemporâneo.

Portanto, este estudo busca não apenas explorar o design como uma ferramenta de comunicação, mas também destacar seu papel como um meio essencial para a inovação social e ambiental.



Ao abordar a interseção entre design, comunicação e cultura, o estudo oferece *insights* valiosos sobre as dinâmicas de como o design pode ser estrategicamente utilizado para comunicar temas complexos de maneira eficaz e responsável, promovendo uma compreensão mais rica das possibilidades que o design oferece para a construção de um futuro mais sustentável e inclusivo.

2 O Design como linguagem na sociedade contemporânea

O conceito de design como linguagem se baseia na premissa de que todos os elementos visuais carregam consigo significados que podem ser interpretados e compreendidos de maneiras diversas. Como qualquer outra forma de linguagem, o design possui seus próprios vocabulários, gramáticas e sintaxes que permitem a construção de narrativas visuais complexas e multifacetadas. Por meio da combinação cuidadosa de formas, cores, tipografia e outros elementos visuais, os designers são capazes de criar mensagens que ressoam profundamente com os públicos, evocando emoções, provocando reflexões e inspirando ações. Esta capacidade de comunicar além das palavras torna o design uma ferramenta essencial para abordar questões contemporâneas, onde a comunicação eficaz é crucial para a conscientização e a mudança social.

Além disso, o design como linguagem não se limita à criação de peças visuais atraentes, mas se estende à forma como essas criações interagem com o contexto cultural e social em que estão inseridas. O design pode servir como um mediador cultural, capaz de traduzir e adaptar mensagens para diferentes públicos e contextos, garantindo que a comunicação seja eficaz e relevante. Esta dimensão cultural do design permite que ele funcione como uma ponte entre diferentes realidades, facilitando a compreensão mútua e promovendo o diálogo intercultural. Em um mundo cada vez mais globalizado, onde as interações transcendem fronteiras físicas e culturais, o design como linguagem emerge como uma ferramenta poderosa para promover a inclusão, a diversidade e a sustentabilidade.

A relevância de estudar o design como uma linguagem é apoiada pelas teorias da Semiótica e da Comunicação. Charles Sanders Peirce, ao discutir a importância dos signos na comunicação, afirmou que:

um signo... em relação ao seu objeto, é qualquer coisa que está de tal forma determinada por esse objeto que, por sua vez, determinará um interpretante do mesmo modo a ideia nesse objeto (Peirce, 1931).

Jakobson, Morris e Barthes oferecem perspectivas cruciais para entender como o design pode ser considerado uma linguagem que comunica muito além do verbal. Jakobson (1960) destacou a importância dos aspectos funcionais da linguagem, que podem ser aplicados ao design no modo como comunica mensagens específicas. Morris (1946) elaborou fundamentos sobre os signos, símbolos e funções, que se provam essenciais para estudo do design, como um sistema de signos, em contextos sociais. Por fim, Barthes (1967) explorou a relação



entre semiótica e cultura, que diretamente se alinha com o enfoque no design como uma forma de expressão cultural.

No cenário da sociedade contemporânea, o design revela-se como uma linguagem complexa e influente que transcende a mera estética. Ele engloba não apenas objetos utilitários, mas também um sistema integral de comunicação e uma variedade de serviços, configurando-se como essencial nas interações e compreensões humanas com produtos, marcas e informações. Umberto Eco (1968) vislumbrou o design não apenas como a arte de construir objetos que cumpram funções, mas como a ciência de criar contextos e experiências significativas para os usuários, ressaltando sua natureza como uma linguagem abrangente.

A linguagem do design é rica e multifacetada, incorporando elementos visuais, táteis e até sonoros para comunicar e influenciar. Conforme Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006) destacam em sua teoria de multimodalidade, todos esses modos são cruciais para a transmissão de mensagens e a criação de significados em nossa cultura visual contemporânea. Desde o design de um produto até a interface de um aplicativo ou a sinalização em um espaço público, o design se comunica através de diversos modos semânticos, cada um contribuindo decisivamente para o entendimento global do usuário.

A funcionalidade do design vai além da utilidade, engajando-se diretamente com o usuário para criar interações significativas. Donald Norman (1988), em seu estudo sobre o design de objetos cotidianos, argumenta que um bom design deve ser centrado no usuário, fornecendo não apenas soluções funcionais, mas também experiências agradáveis e intuitivas. Esta abordagem sublinha a complexidade da linguagem do design, onde cada elemento não só cumpre uma função, mas também comunica e envolve.

Além disso, o design reflete e molda a cultura, servindo como um espelho das preocupações, valores e estéticas de uma sociedade. Victor Margolin (2002) vê o design como uma força cultural poderosa que oferece insights sobre a condição humana e a estrutura social. Através do design, podemos entender como uma sociedade vê a si mesma e ao seu futuro, manifestado em produtos de consumo, moda ou arquitetura.

Com grande poder vem grande responsabilidade. Bruce Mau (2004) defende um design consciente, que antecipe os impactos sociais e ambientais de seus produtos e comunicações. Esta visão é compartilhada por muitos na nova geração de designers que veem seu trabalho não apenas como a criação de objetos belos ou funcionais, mas como agentes de mudança social e ambiental.

Mihaly Csikszentmihalyi e Eugene Rochberg-Halton (1981) destacam como os objetos que nos cercam não apenas servem a propósitos práticos, mas também contribuem para a construção de nossa realidade pessoal e cultural, refletindo e moldando nossas identidades. Neste sentido, o design é uma forma de linguagem que informa como interagimos com nosso mundo e como interpretamos nossa própria existência.

Em suma, o design, conforme discutido, é muito mais do que a soma de suas partes estéticas e funcionais. Ele é uma linguagem complexa e poderosa que molda como vivemos, trabalhamos e interagimos uns com os outros. No coração da sociedade contemporânea, o design tem o poder de transformar nossas vidas



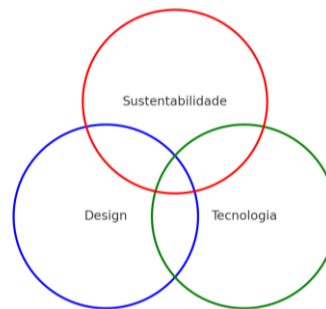
de maneiras que apenas começamos a compreender. À medida que avançamos, torna-se imperativo que reconheçamos e cultivemos seu potencial para o bem maior, garantindo que ele contribua positivamente para nossa cultura e ambiente.

3 O impacto do design contemporâneo

O impacto do design contemporâneo é profundo e abrangente, refletindo-se em diversas esferas da vida diária. Adotando uma abordagem metodológica contemporânea, o design não apenas busca resolver problemas práticos, mas também se engaja na investigação científica de seu próprio domínio, explorando e expandindo os limites do que pode ser alcançado através da forma, do significado e da função. Essa abordagem holística permite que o design atue em um quadro teórico diversificado, integrando aspectos de diversas disciplinas e influenciando a maneira como interagimos com o mundo ao nosso redor.

Segundo Buchanan (1992), o design é uma "nova liberal art", integrando diferentes áreas do conhecimento para resolver problemas complexos de maneiras inovadoras. No cenário atual, o design vai além da simples funcionalidade ou estética; ele se torna um meio essencial para a comunicação de ideias complexas e a facilitação de interações humanas. Os designers contemporâneos estão cada vez mais conscientes do impacto social e ambiental de suas criações, levando-os a considerar sustentabilidade, acessibilidade e inclusão como componentes fundamentais do processo criativo (Manzini, 2006). Esta nova consciência transforma o design em uma ferramenta para o desenvolvimento social, promovendo mudanças positivas através de inovações que são tanto tecnicamente viáveis quanto socialmente responsáveis como visto na Figura 1.

Figura 1: Relação entre design, tecnologia e sustentabilidade



Fonte: dos autores, 2024.

Além disso, o design contemporâneo influencia a economia e a cultura, moldando indústrias inteiras, desde a tecnologia até a moda e além. Papanek (1971) argumenta que o design tem o poder de transformar a sociedade, incentivando práticas mais sustentáveis ou, inversamente, perpetuando ciclos de consumo e descarte. Portanto, o papel dos designers é crucial e carrega consigo uma grande responsabilidade ética, visto que suas escolhas podem ter ramificações duradouras.

A integração de tecnologias digitais também redefine o campo do design, ampliando suas possibilidades e desafios. Norman (1988) destaca que a tecnologia



digital oferece aos designers novas ferramentas para criar experiências mais intuitivas e responsivas, ampliando significativamente o impacto de suas criações. A interface entre design e tecnologia permite a criação de produtos que não apenas atendem às necessidades imediatas dos usuários, mas também melhoram sua qualidade de vida de maneiras anteriormente inimagináveis. Desde aplicativos de saúde que monitoram condições médicas até sistemas de realidade aumentada que transformam nossa interação com o ambiente, o design contemporâneo está na vanguarda da inovação tecnológica.

Portanto, o impacto do design contemporâneo é vasto e variado, abrangendo aspectos técnicos, sociais, econômicos e culturais. Ao abraçar uma abordagem interdisciplinar e consciente, o design não apenas molda nosso mundo, mas também reflete e responde às complexidades da vida moderna. Ele atua como um catalisador para a mudança, desafiando conceitos antigos e fomentando um futuro mais integrado e sustentável. Esta visão ampliada do que o design pode realizar é fundamental para entender seu papel central na sociedade contemporânea e para aproveitar plenamente seu potencial como força propulsora de inovação e progresso.

4 "A Moda Mata" - experiência no campo do design

O estudo "A Moda Mata" exemplifica o uso do design como uma ferramenta poderosa para a conscientização e mudança social, focando na interseção da estética, do simbolismo e do pragmatismo. O trabalho aqui relatado destaca como essa interseção pode ser utilizada para abordar questões contemporâneas significativas, especialmente os impactos ambientais da indústria da moda.

Documentando os danos da indústria têxtil ao meio ambiente, o trabalho utilizou fotografia e sobras de tecidos de desfiles e chamadas publicitárias como seus principais meios expressivos. Inspirado pela estética da revista Vogue, "A Moda Mata" não se limita a apresentar peças de moda; utiliza esse material para focar nas dimensões estéticas, simbólicas e pragmáticas do design, visando conscientizar sobre as questões ambientais e culturais profundamente enraizadas na moda contemporânea.

Quadro 1: Impactos ambientais da indústria têxtil

Impacto Ambiental	Descrição
Desperdício de materiais	Grandes quantidades de resíduos têxteis descartados em aterros.
Poluição hídrica	Produtos químicos tóxicos liberados durante a produção de tecidos.
Emissão de gases de efeito estufa	Emissões significativas de CO2 durante o transporte e a produção de roupas.
Consumo de água	Uso excessivo de água na produção de algodão e outros materiais têxteis.
Condições de trabalho	Condições insalubres e exploração de trabalhadores em fábricas de roupas.

Fonte: dos autores, 2024.

Na dimensão estética, "A Moda Mata" adota uma abordagem visual provocativa que vai além da beleza para capturar a atenção do público com uma mensagem crítica sobre o consumo insustentável e suas consequências ambientais. A escolha dos elementos visuais é estratégica, destinada a comunicar a urgência da situação e instigar uma resposta emocional (Figura 2). Donald Norman (2004)



reforça essa abordagem ao discutir como o design emocional pode ser utilizado para captar a atenção e influenciar a percepção do público.

Figura 2: Editorial



Fonte: dos autores, 2019.

Simbolicamente, o estudo utiliza a moda como um sistema de signos que Roland Barthes (1972) explorou em seu trabalho, "O Sistema da Moda". Aqui, a roupa não serve apenas como vestuário, mas, sim, como um meio de crítica social, simbolizando a destruição e o desperdício inerentes à indústria da moda. Barthes identifica como elementos da moda podem ser lidos como textos que comunicam mensagens específicas; "A Moda Mata" subverte essa comunicação para questionar e desafiar as normas de consumo e produção.

No aspecto pragmático, o design do projeto é orientado para a ação, visando a motivação para mudanças concretas nas práticas de consumo. Victor Papanek (1971) destaca a importância de um design que aborda necessidades reais como fomentar a consciência ambiental e encorajar práticas sustentáveis. A utilização estratégica para educar e incitar a ação reflete a visão de Papanek sobre o potencial do design para resolver problemas sociais e ambientais.

Este estudo toca em temas que Mihaly Csikszentmihalyi (1990) aborda em seu estudo sobre como os objetos que escolhemos possuem significados que afetam nossa experiência de vida. Em "A Moda Mata", as peças de roupa são carregadas de significados adicionais que refletem impactos ambientais negativos, promovendo a reflexão sobre a relação entre objetos pessoais e suas implicações mais amplas.

Toca também no fato de o design consciente atuar como um catalisador para reflexão e mudança. A combinação eficaz da estética impactante, simbolismo profundo e pragmatismo orientado para a ação, "A Moda Mata" exemplifica como o design pode transcender a funcionalidade e a beleza para assumir um papel vital na reformulação das interações culturais e comportamentais. "A Moda Mata" soma a estética aos debates que incita sobre sua relação com a sociedade e a cultura contemporânea. Enquanto a revista Vogue utiliza a moda para refletir tendências e padrões culturais, "A Moda Mata" propõe uma ferramenta crítica que questiona e desafia as práticas insustentáveis da indústria têxtil. Aí, o design provoca reflexão sobre questões culturais e ambientais, evidenciando a capacidade de o design moldar e influenciar a consciência social.

A prática do EcoDesign exemplifica como o design pode integrar considerações de sustentabilidade para influenciar positivamente tanto o meio ambiente quanto a cultura. Stuart Walker (2006) realça que o design sustentável



não se trata apenas de escolhas ecológicas, mas também da criação de significados que ressoam culturalmente, impulsionando mudanças nas percepções e comportamentos.

Victor Margolin (2002) sugere que o design tem o potencial de servir como uma ferramenta para resolver problemas sociais complexos, incluindo questões de sustentabilidade. Propõe um compromisso com as práticas sustentáveis para redirecionar o desenvolvimento cultural em direções mais ecologicamente responsáveis, argumento corroborado por Ann Thorpe (2010), que vê o design de produtos sustentáveis além de uma escolha de materiais ecológicos, mas sistemas de uso que os consumidores enxerguem de maneira intuitiva e significativa.

Kress e van Leeuwen (2006) discutem como todos os modos de comunicação, incluindo o visual, contribuem para a construção de significados em nossa cultura visual contemporânea. No contexto do design, isso significa que os produtos e serviços criados têm o potencial de moldar normas culturais e atitudes em relação ao consumo e à sustentabilidade. O design, portanto, funciona não apenas como um reflexo da cultura, mas como um agente ativo em sua formação e evolução.

O design desempenha um papel central na construção e expressão de identidades culturais, como um mediador entre as tradições, valores e inovações dentro de uma sociedade. Reflete e molda a diversidade cultural, influenciando como as comunidades percebem a si mesmas e aos outros. Nesse contexto, o design pode ser visto como uma linguagem semântica que comunica uma perspectiva, que ecoa as teorias de Roland Barthes e Umberto Eco, sobre como os objetos culturais carregam significados que transcendem suas funcionalidades físicas.

Roland Barthes, na análise sobre a moda e o sistema de moda como formas de comunicação, demonstra que cada peça de roupa ou acessório carrega consigo narrativas culturais que comunicam status, identidade e até mesmo ideologias (Barthes, 1967). Este conceito é aplicável ao design em geral, pois, em cada objeto ou serviço projetado, pode-se encontrar um texto rico em significados culturais. O design, portanto, não é apenas uma questão de estética ou funcionalidade, mas também um ato de comunicação cultural que contribui para a formação da identidade coletiva.

Umberto Eco, por sua vez, explora como os signos culturais são interpretados e reiterados através de práticas cotidianas, sugerindo que o design como prática é profundamente enraizado em processos semióticos que definem e redefinem continuamente a cultura (Eco, 1976). Os designers, conscientes ou não, utilizam signos que são culturalmente ressonantes para invocar sentimentos de pertença ou inovação, o que, por sua vez, afeta diretamente a maneira pela qual as identidades culturais são percebidas e vivenciadas.

Stuart Hall (1997) argumenta que as identidades culturais são formadas e transformadas sob as condições de nosso tempo, implicando que o design tem um papel ativo na modelagem dessas condições. Por exemplo, o design inclusivo possibilita criar produtos e ambientes que são acessíveis a uma grande diversidade de pessoas, refletindo e promovendo abordagens mais holísticas da identidade cultural.



Ao criar produtos que refletem as tradições culturais de maneiras autênticas e respeitadas, os designers ajudam a combater a apropriação cultural e promovem maior respeito pela diversidade. Ezio Manzini (2006) enfatiza a importância do design para a inovação social, argumentando que através de abordagens colaborativas e comunitárias no processo de design, é possível criar soluções que não apenas atendam às necessidades locais, mas também celebrem e preservem as identidades culturais únicas.

A relação entre design e identidade cultural também é influenciada pela globalização, que traz consigo tanto oportunidades quanto desafios. O design globalizado tem o potencial de diluir identidades culturais específicas, promovendo em vez disso homogeneização estética e funcional. No entanto, também oferece oportunidades para o intercâmbio e a fusão de ideias de design, permitindo a criação de novas formas híbridas que podem enriquecer as expressões culturais. Mihaly Csikszentmihalyi (1990) observa que os objetos e ambientes que projetamos influenciam a maneira pela qual construímos nossas vidas, implicando que uma abordagem consciente do design venha a formar identidades culturais que sejam ao mesmo tempo distintas e inclusivas.

5 "A Moda Mata" – um design transformador e sustentável

O estudo exemplifica o uso do design como uma ferramenta poderosa para a conscientização e mudança social, focando na interseção da estética, do simbolismo e do pragmatismo. O trabalho aqui relatado destaca como essa interseção pode ser utilizada para abordar questões contemporâneas significativas, especialmente os impactos ambientais da indústria da moda.

"A Moda Mata" se configura como um exemplo emblemático de como o design pode transcender suas funções tradicionais para operar como uma plataforma crítica, reflexiva e transformadora. Situado no contexto da moda e suas intersecções com questões ambientais, este projeto desafia os paradigmas contemporâneos de produção e consumo, utilizando estratégias visuais e discursivas para engajar o público em uma reflexão profunda sobre os impactos da indústria da moda no meio ambiente. Inspirado por teóricos que discutem a relação entre estética, ética e sustentabilidade, o projeto alinha-se a abordagens como as de Ezio Manzini (2006), que defende o design como um mediador cultural capaz de promover inovação social, e de Tim Ingold (2007), que explora a materialidade como um elemento central para a experiência humana com os objetos e os ambientes que nos cercam.

A escolha de utilizar sobras de tecidos e outros materiais descartados é emblemática do potencial transformador da economia circular, uma abordagem que vai além da simples reciclagem, promovendo uma lógica regenerativa na qual os resíduos são ressignificados como recursos. Essa perspectiva dialoga com as ideias de William McDonough e Michael Braungart (2002) em "Cradle to Cradle", onde o design é visto como um processo que imita os ciclos da natureza, eliminando a noção de desperdício. No contexto de "A Moda Mata", essa abordagem não apenas questiona os padrões de consumo, mas também reposiciona o design como



um agente de mudança que integra considerações ecológicas às práticas culturais e estéticas.

Do ponto de vista comunicativo, o projeto utiliza a linguagem visual para provocar emoções e instigar mudanças comportamentais. A teoria de Mihaly Csikszentmihalyi (1990) sobre "flow" e o impacto emocional dos objetos é relevante aqui, pois "A Moda Mata" busca capturar a atenção do público por meio de uma estética impactante que equilibra beleza e desconforto. A intenção é gerar uma conexão emocional que vá além da mera apreciação estética, incentivando uma introspecção sobre as escolhas individuais e seus reflexos no meio ambiente. Essa abordagem é amplificada pelo uso de narrativas visuais que se apropriam de elementos da alta moda, como editoriais estilizados, para subverter mensagens tradicionalmente associadas ao consumo desenfreado e à ostentação.

Além disso, o projeto ressoa com as ideias de Arturo Escobar, que enxerga o design como um campo ontológico que não apenas cria objetos, mas também molda realidades sociais e ecológicas (Escobar, 2018). Em "A Moda Mata", o design é utilizado para evidenciar a interconexão entre práticas cotidianas e consequências globais, funcionando como um mediador entre os atores humanos e não humanos envolvidos nos sistemas de produção e descarte da moda. Essa perspectiva também encontra eco na abordagem relacional de Donna Haraway (2016), que sugere uma ética de cuidado e responsabilidade nas interações com o mundo material e com os outros seres que o habitam.

O impacto cultural do projeto é ampliado pelo uso estratégico das mídias digitais, que permitem uma disseminação mais ampla e democratizada de suas mensagens. O projeto se insere em uma cultura visual contemporânea caracterizada pela participação e pelo compartilhamento, conforme discutido por Nicholas Mirzoeff (2015) em "How to See the World". A capacidade de mobilizar imagens fortes e narrativas persuasivas torna "A Moda Mata" um catalisador para debates públicos e ações concretas, contribuindo para uma conscientização mais ampla sobre a urgência de repensar os modos de produção e consumo na moda.

Por fim, "A Moda Mata" não é apenas uma denúncia visual dos problemas sistêmicos da indústria têxtil, mas também uma proposta de novas possibilidades. Ele desafia os limites do design tradicional ao integrar estética, funcionalidade e ativismo em uma única plataforma. Inspirado por teorias como as de Victor Margolin (2002), que defende o design como uma prática orientada para a justiça social, o projeto reflete uma visão de futuro onde o design é um agente ativo de transformação cultural e ecológica. Ao destacar os impactos da moda no meio ambiente e propor soluções criativas e críticas, "A Moda Mata" se posiciona como um marco no uso do design para promover mudanças sistêmicas e construir narrativas mais sustentáveis e inclusivas.

6 Desafios do design na sociedade contemporânea

À medida que a sociedade avança, o campo do design enfrenta desafios cada vez mais complexos, como mudanças sociais, culturais e tecnológicas que caracterizam a sociedade contemporânea. Designers enfrentam o desafio não apenas de criar objetos e serviços que satisfaçam as necessidades estéticas e funcionais, mas



também de responder a questões éticas complexas, promovendo sustentabilidade e inclusão.

A integração da sustentabilidade ao design é mais do que uma tendência; é uma necessidade urgente dada a escala dos desafios ambientais atuais. Kenny Cupers (2018) argumenta que o design sustentável deve transcender a mera redução do impacto ambiental para incluir abordagens proativas que considerem todo o ciclo de vida do produto, desde a concepção até o descarte. Essa visão ampliada exige o engajamento dos designers com materiais, métodos de produção e modelos de consumo de maneira inovadora e responsável.

Flusser (1999) sugere que o design tem o poder de moldar o comportamento humano, portanto, os designers devem ser conscientes das consequências sociais de suas criações. Isso envolve considerar como produtos e serviços afetam as interações sociais, a acessibilidade e a inclusão. O desafio é projetar com a consciência de que cada objeto ou serviço forma o tecido social, influenciando os modos como as pessoas vivem e interagem.

Os designers também enfrentam o desafio de navegar na ética da inovação numa era de mudanças tecnológicas rápidas. Feenberg (2002) discute a "tecnoetologia" do design, enfatizando que os designers devem ser sensíveis ao modo como a tecnologia molda os valores sociais. Isso implica a responsabilidade de projetar usando tecnologias que promovam valores sociais positivos e sustentáveis.

Outro desafio significativo é a necessidade de adaptar práticas de design em um mundo cada vez mais digitalizado. McCullough (2004) aborda o impacto da digitalização no design, destacando que os designers devem ser proficientes não apenas em ferramentas digitais, mas também na compreensão do design digital nas experiências humanas. Isso envolve uma delicada balança entre aproveitar as possibilidades que a tecnologia oferece e garantir que essas sejam acessíveis e enriquecedoras para todos os usuários.

Por fim, os designers devem considerar a interseção de globalização e localização. Fry (2011) enfatiza que, enquanto o design precisa operar em uma escala global, ele também deve respeitar e incorporar práticas e valores locais para ser verdadeiramente eficaz e ressonante. Isso requer um entendimento profundo e empático das culturas locais e uma habilidade para integrar esse conhecimento no design global de produtos e serviços.

Concluindo, os designers de hoje são chamados a equilibrar uma matriz complexa de expectativas e responsabilidades. Eles devem criar trabalhos que não apenas atendam às necessidades imediatas de seus usuários, mas que também considerem o impacto a longo prazo de suas criações no meio ambiente e na sociedade. Ao fazer isso, eles não apenas melhoram a funcionalidade e a estética dos espaços e produtos que projetam, mas também contribuem para uma sociedade mais justa, equitativa e sustentável.

Ao documentar e analisar exemplos em que o design tem sido usado para provocar mudanças significativas, a pesquisa visa contribuir para um corpo de conhecimento que apoia o uso consciente e ético do design na resolução de problemas complexos, enfatizando a necessidade de uma prática de design mais responsável e orientada para o futuro.



7 Design: a linguagem transformadora da sociedade contemporânea

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. Sua capacidade de transmitir mensagens complexas e sua adaptabilidade às necessidades e demandas em constante evolução tornam-no uma ferramenta essencial para a expressão criativa e a comunicação eficaz.

Além disso, o design não apenas se limita a representar o estado atual da sociedade, mas também desempenha um papel ativo na moldagem do futuro. Através de abordagens inovadoras, o design impulsiona a evolução cultural e social, desafiando normas, promovendo a inclusão e inspirando mudanças significativas.

Autoras e autores como Algirdas Julien Greimas, com sua teoria das estruturas semióticas profundas, e Julia Kristeva, com suas análises sobre intertextualidade, contribuem significativamente para a compreensão do design como uma linguagem rica e complexa. Greimas (1987) propõe que o design pode ser analisado através de suas estruturas semióticas, onde cada elemento visual carrega um significado profundo e interconectado. Kristeva (1980), por sua vez, destaca a importância das interações entre diferentes textos e imagens, sugerindo que o design se comunica não apenas de maneira isolada, mas através de uma rede complexa de referências culturais e visuais.

Mieke Bal (2009) acrescenta à discussão com sua teoria da narrativa visual, onde o design é visto como uma forma de contar histórias que envolvem o público em níveis emocionais e intelectuais. Essa perspectiva é essencial para entender como o design pode criar narrativas poderosas que refletem e moldam a cultura contemporânea.

Jean Baudrillard (1981) e sua teoria sobre simulacros e simulação oferecem outra camada de compreensão, sugerindo que o design muitas vezes cria realidades percebidas que podem influenciar profundamente as percepções e comportamentos sociais. A análise de Baudrillard ajuda a entender como o design pode ser usado para criar experiências que transcendem a realidade física, envolvendo o público em um nível mais simbólico e abstrato.

Portanto, o design contemporâneo não é apenas uma disciplina estética, mas uma força dinâmica que abraça a diversidade, a sustentabilidade e a responsabilidade social. Ele incorpora valores éticos e práticas que visam não apenas criar produtos e experiências atraentes, mas também contribuir para um mundo mais equitativo e harmonioso.

Assim, o design não é apenas uma linguagem visual, mas uma linguagem de possibilidades infinitas, capaz de catalisar a criatividade, a inovação e o progresso em todas as esferas da vida humana. É através dessa compreensão profunda e do engajamento ativo com o design que podemos verdadeiramente explorar seu potencial transformador e construir um futuro mais brilhante e inclusivo para todos.

Quadro 2: Teóricos e contribuições para a semiótica do design

Teórico	Contribuição
Algirdas Julien Greimas (1987)	Estruturas semióticas profundas.
Arturo Escobar (2018)	Design como campo ontológico para moldar realidades sociais e ecológicas.
Charles Sanders Peirce (1931)	Signos na comunicação, importância dos signos na comunicação.
Charles W. Morris (1946)	Signos, símbolos e funções no design.
Donna Haraway (2016)	Ética de cuidado e responsabilidade nas interações com o mundo material.
Ezio Manzini (2006)	Design como mediador cultural e inovação social.
Jean Baudrillard (1981)	Simulacros e simulação no design.
Julia Kristeva (1980)	Intertextualidade no design.
Mieke Bal (2009)	Narrativa visual no design.
Mihaly Csikszentmihalyi (1990)	Impacto emocional dos objetos e o conceito de "flow".
Nicholas Mirzoeff (2015)	Cultura visual contemporânea e impacto das narrativas digitais.
Roland Barthes (1972)	Relação entre semiótica e cultura, moda como sistema de comunicação.
Roman Jakobson (1960)	Aspectos funcionais da linguagem aplicados ao design.
Tim Ingold (2007)	Materialidade e sua centralidade na experiência humana.
Victor Margolin (2002)	Design orientado à justiça social.
William McDonough e Michael Braungart (2002)	Economia circular e ciclos regenerativos no design.

Fonte: dos autores, 2024.

8 Considerações finais

O presente estudo explorou o design como uma linguagem significativa que transcende a estética tradicional, apresentando-se como uma ferramenta poderosa para comunicação cultural e ambiental. O estudo de caso "A Moda Mata" destacou como o design pode ser usado para criar conscientização sobre questões contemporâneas urgentes, como o impacto ambiental da indústria da moda. Por meio de uma abordagem integrada entre estética, simbolismo e pragmatismo, o projeto promove reflexões críticas sobre os padrões de consumo e produção.

A pesquisa demonstrou que, ao utilizar elementos visuais provocativos e narrativas simbólicas, é possível atingir níveis mais profundos de significado e engajamento. A análise teórica fundamentada nos autores Barthes, Papanek e Eco reforça a ideia de que o design não é apenas uma ferramenta funcional, mas também um meio de expressão cultural e de ação social.

Nesse contexto, é fundamental que futuros projetos no campo do design considerem sua capacidade de influenciar comportamentos e promover mudanças significativas. Ao alinhar criatividade à responsabilidade ambiental e à inclusão cultural, o design pode atuar como um catalisador para transformações positivas na sociedade contemporânea.

Portanto, é essencial que a pesquisa e a prática de design continuem a explorar sua multifacetada influência, contribuindo para um futuro mais sustentável e equitativo. "A Moda Mata" é um exemplo do impacto que o design pode gerar ao combinar estética com funções sociais e ambientais, promovendo uma reflexão crítica e transformadora.



Referências

- BAL, Mieke. **Narratology**: Introduction to the Theory of Narrative. 3. ed. Toronto: University of Toronto Press, 2009.
- BARTHES, Roland. **O Sistema da Moda**. São Paulo: Martins Fontes, 1967.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacres et Simulation**. Paris: Galilée, 1981.
- BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. **Design Issues**, v. 8, n. 2, p. 5-21, 1992.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; HALTON, Eugene. **The Meaning of Things**: Domestic Symbols and the Self. 1. ed. New York: Cambridge University Press, 1981.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Flow**: The Psychology of Optimal Experience. Harper & Row, 1990.
- CUPERS, Kenny. **The Social Project**: Housing Postwar France. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018.
- ECO, Umberto. **A Estrutura Ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1968.
- ECO, Umberto. **Tratado Geral de Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- ESCOBAR, Arturo. **Designs for the Pluriverse**: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds. Duke University Press, 2018.
- FEENBERG, Andrew. **Transforming Technology**: A Critical Theory Revisited. Oxford: Oxford University Press, 2002.
- FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado**: Por uma Filosofia do Design e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 1999.
- FRY, Tony. **Design as Politics**. Oxford: Berg, 2011.
- GREIMAS, Algirdas Julien. **On Meaning**: Selected Writings in Semiotic Theory. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.
- HALL, Stuart. **Representation**: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage, 1997.
- HARAWAY, Donna. **Staying with the Trouble**: Making Kin in the Chthulucene. Duke University Press, 2016.
- INGOLD, Tim. **Lines**: A Brief History. Routledge, 2007.
- JAKOBSON, Roman. Linguistics and Poetics. In: SEBEEK, Thomas A. (Ed.). **Style in Language**. Cambridge, MA: MIT Press, 1960. p. 350-377.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images**: The Grammar of Visual Design. London: Routledge, 2006.
- KRISTEVA, Julia. **Desire in Language**: A Semiotic Approach to Literature and Art. New York: Columbia University Press, 1980.
- MANZINI, Ezio. **Design, Ethics and Sustainability**: Guidelines for a Transition Phase. Design Studies, 2006.
- MARGOLIN, Victor. **The Politics of the Artificial**: Essays on Design and Design Studies. Chicago: University of Chicago Press, 2002.
- MAU, Bruce. **Massive Change**. Londres: Phaidon Press, 2004.



McCULLOUGH, Malcolm. **Digital Ground: Architecture, Pervasive Computing, and Environmental Knowing**. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.

McDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. **Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things**. North Point Press, 2002.

MIRZOEFF, Nicholas. **How to See the World**. Pelican Books, 2015.

MORRIS, Charles W. **Signs, Language and Behavior**. New York: Prentice-Hall, 1946.

NORMAN, Donald A. **The Design of Everyday Things**. New York: Basic Books, 1988.

NORMAN, Donald A. **Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things**. New York: Basic Books, 2004.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change**. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1971.

PEIRCE, Charles S. **Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931.

THORPE, Ann. Design's Role in Sustainable Consumption. **Design Issues**, v. 26, n. 2, p. 3-16, 2010.

WALKER, Stuart. **Sustainable by Design: Explorations in Theory and Practice**. London: Earthscan, 2006.

Informações complementares

Financiamento

Não se aplica.

Contribuição de autoria

Concepção e elaboração do manuscrito: Pedro Paulo Ramalho; Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima.

Coleta de dados: Pedro Paulo Ramalho.

Análise de dados: Pedro Paulo Ramalho.

Discussão dos resultados: Pedro Paulo Ramalho; Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima.

Revisão e aprovação: Pedro Paulo Ramalho; Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima; Luiza Novaes.

Preprint, originalidade e ineditismo

O artigo é original, inédito e não foi depositado como *preprint*.

Verificação de similaridades

O artigo foi submetido ao iThenticate, em 08 de abril de 2025, e obteve um índice de similaridade compatível com a política antiplágio da Tríades em Revista.

Consentimento de uso de imagem

Não se aplica.

Aprovação de Comitê de Ética em Pesquisa

Não se aplica.

Conflito de interesse

Não há conflitos de interesse.



Conjunto de dados de pesquisa

Não há dados disponibilizados.

Utilização de ferramentas de inteligência artificial (IA)

Este artigo não contou com auxílio de ferramentas de inteligência artificial (IA) para redação de nenhuma das seções.

Licença de uso

Os autores cedem à Tríades em Revista: Transversalidades, Design e Linguagens os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution \(CC BY\) 4.0 International](#). Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

Publisher

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU). Publicação no Portal de Periódicos da UFJF. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

Editores

Frederico Braidá.

Formato de avaliação por pares

Revisão duplamente cega (*Double blind peer review*).

Sobre os autores

Pedro Paulo Ramalho

Graduado em Desenho Industrial com habilitação em Mídia Digital (PUC-Rio). Mestre em Design (PUC-Rio). Doutorando em Design (PUC-Rio). Pesquisador de Biodesign no Instituto Fernandes Figueira (IFF/FIOCRUZ). Atua em projetos de inovação em saúde com foco em biodesign, segmentação 3D, prototipagem física e ensino médico. Possui experiência em ergonomia, usabilidade e programação criativa, tendo participado de projetos nos laboratórios LEUI e LIFE (PUC-Rio). Desenvolve pesquisa sobre modelos físicos do coração fetal aplicados à assistência e ao ensino pré-natal.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4926449447908956>

Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

Mestre em Engenharia de Produção (UFRJ). Doutora em Arquitetura e Urbanismo (USP). Professora Associada do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. Atua no Programa de Pós-Graduação em Design, na linha de pesquisa Design: Comunicação, Cultura e Artes, e coordena o Laboratório de Comunicação no Design – LabComDesign. Desenvolve pesquisas sobre Design como linguagem, com ênfase na transversalidade entre comunicação, cultura e saberes humanos. É parceira do grupo LEAUD (UFJF/CNPq). Autora de obras e artigos sobre design gráfico, retórica, semiótica e linguagem.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0417467366901642>

Luiza Novaes

Bacharel em Comunicação Visual (PUC-Rio). Bacharel em Desenho Industrial (PUC-Rio). Licenciada em Educação Artística (PUC-Rio). Mestre em Photography and Related Media (SVA-NY). Doutora em Design (PUC-Rio). Professora do Quadro Principal do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, onde atua na graduação e pós-graduação. Coordenadora do



Programa de Pós-Graduação em Design e líder dos grupos de pesquisa "Experiências e Ambientes Interativos" e "Interfaces Físicas Experimentais". Desenvolve pesquisas em comunicação visual, animação, museologia, saúde, multimodalidade, processos colaborativos e design participativo.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5335191858617545>