

UMA BREVE INTRODUÇÃO SOBRE A TRANSFORMAÇÃO DO DESIGN: DA ORDEM À SIMULAÇÃO

NICKOLAS COELHO DA SILVA¹; BRUNA DE OLIVEIRA ZANETTI²;
PROFª. DRª. ANA DA ROSA BANDEIRA³

¹*Universidade Federal de Pelotas – nickolascoelho7@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – brunazanetti55@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo, marcado pela sobreposição de objetos, imagens e serviços, o design se revela uma prática cultural complexa, cuja compreensão exige revisitá-las suas origens. Em um mundo cada vez mais mediado por imagens, interfaces e experiências cuidadosamente projetadas, entender o papel do design significa também entender os mecanismos que os designers criam para moldar nossa percepção da realidade, e assim agir criticamente sobre sua atuação no mundo.

Inicialmente consolidado durante a Revolução Industrial, o design emergiu como uma atividade mediadora entre a técnica e a sociedade, responsável por tornar compreensível o novo mundo industrializado. Diante da rápida transformação dos modos de vida e da multiplicação de artefatos e mensagens, surgia a necessidade de organizar o caos sensorial e funcional da modernidade e nesse contexto o design foi compreendido como uma resposta aos desafios impostos por esse novo cenário (CARDOSO, 2012).

Segundo Cardoso (2012), sua função era oferecer coerência e inteligibilidade ao descompasso gerado pela produção em massa, pela urbanização acelerada e pelas mudanças culturais do século XIX em diante e nesse contexto, designers e projetistas viam sua missão como algo quase civilizatório, reconfigurar o mundo com base em critérios de funcionalidade, conforto e clareza. Ao longo da evolução do design gráfico, conforme analisado por Meggs (2009), sua função inicial de organizar informações e facilitar a comunicação foi progressivamente incorporada à lógica do consumo e às necessidades da representação ideológica. Nesse processo, o design deixou de atuar apenas como um instrumento funcional para tornar-se também um mediador de signos, valores e estilos de vida. Essa transformação o posicionou como elemento central na construção de narrativas visuais que, ao mesmo tempo que comunicam, reforçam e legitimam o modelo sociocultural dominante.

Este trabalho busca discutir essa transição crítica, articulando autores como Baudrillard (1991), Flusser (2007) e Jan van Toorn (2015), a fim de refletir sobre como o design contribui para a construção da hiper-realidade e, com isso, participa da produção de sofrimento simbólico na contemporaneidade. Mais do que uma ferramenta técnica, o design é aqui tratado como um agente simbólico que organiza o visível e molda o imaginário coletivo, muitas vezes ocultando as estruturas de poder e conflito por trás da superfície e experiências imersivas.

2. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e teórico, que parte de uma revisão bibliográfica para discutir o papel do design na organização simbólica da realidade e sua atuação na manutenção do estado vigente. O estudo visa construir uma correlação entre design, ideologia e experiência simbólica na contemporaneidade.

Em um primeiro momento, foram analisados textos que discutem o surgimento histórico do design e sua função social, com destaque para a perspectiva de Rafael Cardoso (2012). Na sequência, foram incorporadas contribuições de pensadores da filosofia da linguagem, da crítica cultural e da comunicação a fim de ampliar a compreensão sobre os mecanismos que sustentam a atuação do design no contexto atual.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O design, como prática cultural e técnica, emerge na modernidade com o propósito de organizar o ambiente material diante das transformações promovidas pela industrialização. Cardoso (2012, p. 15) aponta que sua função inicial era a de “pôr ordem na bagunça do mundo industrial”, oferecendo clareza e ordem em meio ao excesso de objetos, mensagens e estímulos sensoriais que passaram a compor o cotidiano urbano. Essa “bagunça” não era apenas visual ou material — era também simbólica, fruto da rápida urbanização, da multiplicação dos produtos manufaturados e da necessidade de criar um vocabulário visual coerente para um mundo em vertiginosa transformação.

Entre 1850 e 1930, aproximadamente, três gerações de novos profissionais – alguns já apelidados de “designers” – dedicaram seus esforços à imensa tarefa de conformar a estrutura e a aparência dos artefatos de modo que ficassem mais atraentes e eficientes. Sua meta era nada menos do que reconfigurar o mundo, com conforto e bem-estar para todos (CARDOSO, 2012, p. 16).

Essa concepção projetual de design pretendia conciliar forma, função e progresso, buscando uma espécie de harmonia entre homem, máquina e sociedade. O design surgia, assim, como resposta ética e estética aos desafios da modernidade, defendendo a construção de um ambiente mais legível, mais habitável e mais justo. Havia, nesse impulso original, uma dimensão utópica: a crença de que o design poderia melhorar a vida cotidiana, democratizar o acesso à beleza e racionalizar os produtos do novo mundo industrial (CARDOSO, 2012). No entanto, essa missão racional e funcional logo se ampliou, e o design passou a atuar como mediador simbólico da realidade, conforme ressalta Meggs (2009) no capítulo sobre identidade corporativa, ao mostrar como sistemas visuais criados por designers legitimam a imagem social das empresas.

Isso significa que o design não apenas organiza objetos ou sistemas materiais, mas molda a maneira como percebemos e damos sentido ao mundo ao nosso redor e ao produzir significados por meio da forma, da estética e da comunicação, o design atua sobre a realidade de maneira cultural e perceptiva, função que se tornou central para comprehendê-lo de forma crítica. Cardoso (2012) destaca que o design contemporâneo vai além de sua função prática, atuando como uma força cultural capaz de influenciar percepções e validar valores. Muitas vezes, essa atuação acaba reforçando interesses ideológicos e mercadológicos que já estão consolidados. (CARDOSO, 2012)

“Esse é o design que está na base de toda cultura: enganar a natureza por meio da técnica, substituir o natural pelo artificial e construir máquinas de onde surja um deus que somos nós mesmos.” (FLUSSER, 2007, p. 184). Ao transformar a técnica em meio de criação cultural, o design assume o papel de reordenar o mundo, substituindo o orgânico, o espontâneo e o natural por estruturas artificiais projetadas para atender interesses específicos.

Complementando essa visão, Baudrillard (1991) afirma que não vivemos mais numa realidade representada, mas numa hiper-realidade simulada, onde os signos não remetem a um mundo concreto, mas apenas a outros signos. Nesse cenário, o design assume um papel central não apenas na organização material do mundo, mas, sobretudo, na construção de suas aparências. Como aponta Flusser (2007), o design é uma forma de “camuflagem” que transforma objetos funcionais em símbolos sedutores, ocultando a complexidade técnica por trás de uma linguagem visual simplificada e persuasiva. O que antes servia como mediação entre o sujeito e a realidade transformou-se, no presente, em um instrumento de simulação da própria realidade. Ao projetar imagens, interfaces, ambientes e experiências que evocam autenticidade e propósito, o design não apenas comunica, mas contribuiativamente para a construção de uma realidade aparente, cuidadosamente fabricada.

Um exemplo disso são as cafeteriais de grandes redes, como a Starbucks. Mais que vender café, o ambiente é projetado para simular uma experiência acolhedora e sofisticada, remetendo a um estilo de vida urbano e consciente. Porém, essa estética nem sempre reflete as práticas internas da empresa ou a origem do produto. A decoração, música e linguagem criam um cenário simbólico que oculta relações de trabalho precárias e práticas questionáveis (REPÓRTER BRASIL, 2025), reforçando a ideia de um consumo ético e personalizado. Ao ocultar essa realidade por trás de camadas de sentido estético e simbólico, o design atua como um dos responsáveis por manter estável o sistema em que vivemos, reforçando a continuidade da lógica capitalista e a ilusão de plenitude promovida pelos simulacros, termo cunhado por Baudrillard (1991).

A visão de Jan van Toorn sobre o design enfatizada em seu texto “Design e Reflexividade”, explicita que o design comunicativo “tradicionalmente vê a sua própria atuação como servindo ao interesse público, mas que ao mesmo tempo está comprometido com os interesses particulares dos clientes e dos meios de comunicação.” (In: ARMSTRONG, 2015, p. 123), evidenciando uma atuação complexa do designer no atual cenário.

A fim de garantir a sua existência, o design, assim como outras profissões intelectuais práticas, depende de um esforço constante para neutralizar esses inerentes conflitos de interesse por meio do desenvolvimento de um conceito mediador visando o consenso. Isso sempre se resume a uma reconciliação com o estado atual das relações sociais; em outros termos, a uma aceitação da imagem global da ordem estabelecida como sendo o contexto da sua própria atuação. (In: ARMSTRONG, 2015, p.123).

Ao tentar equilibrar os interesses do mercado, dos meios de comunicação e da sociedade, o design acaba assumindo como natural a ordem social vigente, moldando sua atuação dentro dessa estrutura. Com isso, constrói uma aparência visual agradável e um discurso organizado que disfarça os conflitos, fazendo parecer que tudo está resolvido e que a realidade é justa como está. Essa forma de atuar reduz o espaço de questionamento e transformação, tornando o design um instrumento de manutenção do sistema. Ao criar soluções aparentemente

funcionais, ele reforça regras já estabelecidas, afastando críticas e rupturas, e contribuindo para a reprodução das desigualdades e estruturas de poder, muitas vezes sem que os próprios designers percebam (In: ARMSTRONG, 2015, p.123.). Nesse processo, o design não é neutro nem meramente técnico, ele constrói a forma como vemos o mundo, organizando não apenas objetos e imagens, mas também significados, valores e representações que sustentam a ordem social.

A atuação dos designers na atualidade contribui para a criação de uma realidade própria, na qual sinais e imagens se multiplicam sem ligação direta com a experiência vivida, até o ponto em que deixaram de representar o real para substituí-lo. Esse deslocamento, como aponta Baudrillard (1991), produz um sofrimento simbólico: uma tensão constante entre a vida concreta e a hiper-realidade mediada pelos simulacros. Quando a representação substitui a realidade, o indivíduo mede-se por padrões idealizados, vendo o mundo real como insuficiente e vivendo sob expectativas irrealistas que geram insatisfação constante.

4. CONCLUSÕES

Diante dos apontamentos apresentados, torna-se evidente que o design ocupa uma posição central na estruturação simbólica do mundo contemporâneo. Sua atuação, frequentemente guiada por lógicas de mercado, contribui para a construção de uma imagem idealizada do mundo, reforçando estruturas sociais existentes e naturalizando padrões inalcançáveis.

Essa condição evidencia a urgência de repensar o papel do design na contemporaneidade, ampliando sua capacidade crítica e sua responsabilidade ética. É necessário que o design reconheça os conflitos e contradições que atravessam sua prática e se posicione de forma mais consciente diante deles, deixando de operar como um instrumento de reprodução e passando a atuar como agente de questionamento e transformação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. 5. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

REPÓRTER BRASIL. **Não é só no Brasil: ONG liga Nestlé e Starbucks a trabalho precário no México**. Repórter Brasil, São Paulo, fev. 2025. Acesso em: 6 ago. 2025. Disponível em: bit.ly/45K06Ux Acesso em: 8 ago. 2025.

VAN TOORN, J. Design e Reflexividade. ARMSTRONG, Helen (org.). **Teoria do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify Editora, 2015. Cap. ??, p.123-129.