



O outro design

“... vernacular, assim como low/high (cultura alta/ cultura baixa) é relativo: posiciona a linguagem padrão em relação à um dialeto menor, uma cultura dominante contra uma subcultura secundária. O vernacular é o outro, e qualquer discurso tem o seu outro. As apropriações do vernacular contemporâneo refletem a barreira entre o sofisticado “nós” e os ingênuos e espontâneos “eles”.¹

Existe no Brasil uma manifestação popular de design gráfico, o chamado design gráfico vernacular. Produzido por pessoas de baixa renda e visando atender à necessidade de informar ou comunicar algo, este outro design é fruto da realidade socio-econômica do país. Sendo o design um produto social, as diferentes realidades e circunstâncias, permitem que ele se manifeste de diversas formas. Atualmente é uma realidade a existência dessa diversidade no campo de atuação. Existem os designers profissionais, com formação acadêmica (ou sem essa formação em alguns casos) e o designer popular, que aprende seu ofício de maneira informal e atua principalmente na área de confecção de cartazes e placas como peças artesanais e, portanto, únicas. O objetivo final desta produção gráfica popular pode ser comparado ao do design culto, sendo diferentes o processo de criação, a produção, e a formação do designer.

Primeiramente é importante esclarecer alguns termos essenciais para a compreensão da definição de design gráfico vernacular. De maneira abrangente, de acordo com a definição do dicionário *Aurélio*, “vernáculo” seria o que é próprio da região em que está, nacional. O termo design gráfico vernacular, teria então o sentido de popular, caracterizando a produção de profissionais pertencentes ao universo popular, que não fazem parte da norma culta. Em oposição ao termo “design vernacular”, utilizo o termo “design culto” para designar a produção de designers formados por instituições legitimadoras da profissão e pertencentes à alta cultura.

Partindo do tema de minha dissertação de mestrado “Design gráfico vernacular – a arte dos letristas”, considero o “outro design”, o que é produzido pelas camadas de baixa renda de nossa sociedade, em oposição ao “design culto”. O objeto de estudo seria constituído por placas, cartazes e fachadas, também denominados letreiros, confeccionados artesanalmente por um profissional especializado, o letrista.

Como exemplos de objetos produzidos por esses designers, podemos citar placas encontradas nos mais diversos tipos de comércio como bares e cabelereiros ou prestadores de serviços como: estofadores, amoladores de facas, vendedores ambulantes, camelôs, chaveiros e carrocinhas de sorvete ou de cachorro-quente (figuras 1-5). Nas ruas de qualquer cidade podem ser encontrados vários exemplos de placas pintadas

¹ LUPTON, Ellen. *Mixing messages : graphic design in contemporary culture*. New Jersey : Princeton University Press, 1996, p. 12.

à mão para oferecer um produto, anunciar um serviço ou identificar o nome de um comércio. Por vezes essas placas são confeccionadas pelo próprio comerciante ou dono da barraquinha mas esse caso configura uma outra situação dentro do design popular: a produção gráfica por parte de não profissionais.

O letrista seria o profissional especializado na criação não só de letras, como sugere o nome, mas do projeto gráfico como um todo caracterizando o designer popular. É importante ressaltar que este profissional faz parte do universo popular, não possui formação acadêmica tradicional, mas é apto a desenvolver projetos gráficos para sinalização. O letrista, além de responsável pelo projeto também executa o trabalho manual. As placas, fachadas ou cartazes criados por eles são confeccionados artesanalmente. O letrista deve possuir habilidade manual e dominar a técnica da pintura pois seu trabalho exige precisão para a reprodução de letras, logotipos e imagens sobre os mais diversos suportes. Esta não divisão entre a criação e confecção do objeto remete à antigas formas de produção pré-industriais.

No Brasil, este outro design tem seu espaço e surge das mais diversas formas, concorrendo com o design gráfico culto na área de sinalização. O design vernacular persiste e faz parte da realidade popular e seria um outro tipo de produção, paralela ao design produzido por pessoas do universo erudito. Aparentemente, esta produção se mostra tímida, restrita aos subúrbios e cidades do interior, mas através de uma observação mais cuidadosa pode-se ver que ela está presente em todos os lugares. Por caracterizar uma produção artesanal, aparentemente ela não teria espaço na sociedade pós-industrial e poderia caracterizar uma etapa histórica do desenvolvimento do design gráfico. No entanto, ela se mostra não só não superada como bastante comum nos dias de hoje.

Não pretendo aqui discutir o que pode ou não ser considerado design gráfico e sim apontar a existência de um outro design, pertencente a um outro universo, o popular. Entendendo o design como uma atividade voltada para a solução de problemas seria possível afirmar que existem várias alternativas corretas como respostas para um mesmo problema. O que determina se a resposta é aceita ou não em cada universo seriam as instituições sociais responsáveis por legitimar o design. O design gráfico vernacular não é legitimado pelas mesmas instituições que definem e estabelecem os limites de atuação do design gráfico culto. Na esfera culta algumas dessas instituições seriam a academia, as empresas, o consultor de design, as escolas, os museus, as publicações e os próprios designers. Na popular, os próprios comerciantes, consumidores e letristas têm esse papel.

A qualidade do trabalho não seria um critério de avaliação para legitimar o design, pois existem trabalhos sem nenhum interesse estético ou mesmo funcional produzidos por designers formados em universidades e trabalhos riquíssimos criados por designers populares. A diferença principal entre as duas esferas seria a classe social a que pertence o designer.

Conforme expõe Denis, “Para alguns intérpretes da história do design, só é digno da alcunha designer o profissional formado em nível superior, mas tal interpretação se deve mais a questões de ideologia e de

corporativismo do que a qualquer fundamento empírico. Sugerir que o design e o designer sejam produtos exclusivos de uma ou outra escola, do movimento modernista ou até mesmo do século XX, são posições que não suportam minimamente o confronto com as fontes históricas disponíveis.”² Confirmando este ponto de vista, o design gráfico seria uma matriz complexa de diferentes sistemas de signos e mídias, englobando tanto os artefatos culturais da “alta cultura” quanto os da “cultura baixa” ou popular e que existe desde muito antes da denominação “designer gráfico” ser identificada como tal.³

Ambos os tipos têm como objetivo comunicar através de elementos visuais (textuais ou não) uma dada mensagem para persuadir o observador, guiar sua leitura ou vender um produto. Isto se dá através do ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas com objetivo expressamente comunicacional. Uma das diferenças fundamentais entre os dois “designs” seria o caráter artesanal do design popular. Este mantém características das formas primitivas de comunicação visual quem concebe a idéia executa o objeto. No outro (o culto) há uma separação entre projeto e execução, além do envolvimento do uso de tecnologias modernas, como o computador, nas duas etapas.

O design vernacular representaria então a não superação de uma etapa histórica? Seria mesmo uma etapa a ser superada ou seria uma forma de produção alternativa? A fragmentação da pós-modernidade permite que coexistam diversas alternativas de produção. Se por um lado a técnica artesanal pode parecer antiquada para a sociedade pós-industrial por outro ainda existe demanda para ela. O pequeno produtor, o artesão e o negócio familiar têm seu espaço na economia. O progresso não é para todos sempre e no Brasil, por exemplo, processos de configuração e produção típicos do período medieval concorrem com sofisticados métodos, teorias e meios de representação de projetos associados a linhas de produção automatizadas. De Certeau afirma que “a ressurgência de práticas populares na modernidade científica e industrial não pode ser confinada ao passado, ao campo nem aos povos primitivos, está presente no cerne da economia contemporânea”.

Para Victor Papanek, em países subdesenvolvidos o design pode até mesmo ser considerado um luxo, um privilégio de uma elite tecnológica, rica e culta. Para a maioria da população, que não possui escolas, hospitais ou moradias, o design se torna algo muito distante de sua realidade. No entanto, o design se manifesta de forma diferenciada, pois ele não deixa de ser importante, necessário mesmo nesta realidade. Ele passa a ser produzido por pessoas do povo, com os recursos disponíveis constituindo o design vernacular. As pessoas precisam do básico e esse básico pode ser produzido por elas, não precisando atender às necessidades criadas e aos padrões estéticos impostos.⁴

No caso do Brasil, diz D’Ávila, “um país ainda sem condições para garantir a todos um nível de vida na

² DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design*. São Paulo : Edgar Blücher, 2000, p.18.

³ JOBLING, Paul & CROWLEY, David. *Graphic Design, reproduction and representation since 1800*. Manchester: Manchester University Press, 1997, p.2.

altura dos países mais evoluídos ou mesmo de acordo com suas necessidades básicas, tem que estimular o trabalho produtivo conforme as possibilidades de cada um criando oportunidades para o aproveitamento de toda habilidade individual e a colocação de suas produções e serviços especiais”⁵. Em todo o mundo capitalista avançado há um crescimento das práticas de trabalho no setor informal. A produção autônoma dos letristas é característica deste universo.

A mentalidade comercial do pós-modernismo legitima o progresso industrial, valorizando o produto industrializado e desvalorizando o produto feito à mão. As placas produzidas por letristas, por uma questão de ideologia, seriam consideradas piores que as confeccionadas industrialmente. Estas placas sofreriam uma desvalorização não pelo fato de sua função principal de informar ser ineficiente, mas porque foi criada a necessidade de outros atributos para uma placa que não o informativo.

Apesar dessa tendência à desvalorização de produtos confeccionados artesanalmente, algumas vezes, elementos do design popular são utilizados em peças do design culto. É comum a incorporação dessa outra linguagem ao universo gráfico em geral caracterizando uma relação de troca entre as esferas popular e culta. Designers do universo culto são influenciados por essa produção e é comum ver esse reflexo em capas de discos e em vinhetas da MTV por exemplo.

Alguns letristas se tornaram famosos e inspiraram designers a criar famílias tipográficas. Priscila Farias, criou o alfabeto *Juca* (figura 6) a partir das letras desenhadas por Seu Juca, letrista que trabalha nos fundos de uma sapataria em Recife. Seu Juca, chegou a produzir sob encomenda os créditos do curta-metragem *Conceição* de Heitor Dhalia em 1999. Seu trabalho também foi alvo de um trabalho de conclusão de curso de graduação em design na UFPE.

Cabe aqui citar o profeta Gentileza, um caso interessante de troca entre o universo popular e o culto. Apesar de seu trabalho não configurar um exemplo de design popular propriamente dito, suas pinturas apresentam uma tipografia bem característica. O designer Luciano Cardinali, criou o alfabeto *Ghenteleza* (figura 7) baseado nestas pinturas. O profeta, figura conhecida no Rio de Janeiro, teve suas mensagens pintadas no Viaduto do Caju restauradas e tombadas por um projeto da prefeitura. Gentileza virou tema de dissertação de Mestrado em Filosofia por Leonardo Guelman, foi homenageado por Marisa Monte em uma música e ainda virou tema de samba enredo.

O letrista e artista popular Geléia da Rocinha também pode ser citado como exemplo do encontro dos dois mundos. Descoberto pelo designer Gringo Cardia, Geléia teve suas ilustrações usadas no encarte do CD de Carlinhos Brown (figura 8) e em outros trabalhos e participou recentemente da exposição *A imagem do Som de Antonio Carlos Jobim* com uma obra sua. É interessante notar que o artista popular continua a trabalhar

⁴ PAPANNEK, Victor. *Design for the real world*. Frogmore : Paladin, 1977.

como letrista em seu universo de origem.

Desta forma, a tradição de confeccionar placas artesanalmente é revivida em alguns ambientes diversos dos populares. Alguns restaurantes têm em suas fachadas placas que remetem à tradição artesanal, caso em que um dos motivos que levou à utilização deste tipo de sinalização seria estético e não econômico. A função principal das placas é informar, mas também deve deixar claro o tipo de ambiente a ser encontrado em seu interior, a classe social a que se destina. Este resultado pode ser alcançado através da forma de confecção do objeto que será refletida na forma final.

Esta troca entre as duas culturas também percorre o caminho inverso pois os letristas sofrem grande influência do design gráfico culto. Um dos elementos onde esta influência é mais evidente seria na tipografia. Nas placas geralmente a tipografia é bem trabalhada, apresentando uma grande diversidade de estilos e efeitos. Pode-se notar ainda a influência das fontes digitais mais populares que são acrescidas ainda de sombras, brilhos, hachuras, etc. (figura 9). O universo popular também é especialmente influenciado pela estética dos *clip-art* disponíveis em programas gráficos de computador. Apesar de o letrista não fazer uso do computador para suas criações, ele certamente tem acesso a elas através de todo tipo de material gráfico impresso.

Para a esfera popular a alteridade é facilmente incorporada pois o que é trazido da norma culta já é aceito, e legitimado pela cultura dita superior. Na situação inversa, as instituições precisam legitimar o popular para que ele seja aceito no meio erudito. O artista gráfico Geléia da Rocinha citado anteriormente, se tornou conhecido no universo culto pois um designer pertencente à este meio descobriu suas ilustrações e fez uso delas em seus projetos. Foi determinado que o trabalho de Geléia possuía qualidades suficientes para fazer parte do mundo do design gráfico culto.

Apesar dessa troca, não há como deixar de reconhecer a classe social de quem produziu, por exemplo, uma placa. Sendo elas objetos produzidos pelo homem, pintadas à mão, são reflexo do contexto social em que foram concebidas e executadas. Algumas características desta condição social se tornam evidentes na própria placa. O nível de escolaridade do letrista e seu público se tornam evidentes. As ilustrações desse tipo de placa têm a função de explicar ou enfatizar o texto, como ocorre nos livros infantis, e por vezes pode até mesmo substituí-lo. A associação entre texto e ilustração é sempre explícita e marcada pela obviedade. Em uma placa de comida à quilo tem-se retratada uma balança, para uma papelaria um lápis e uma coruja. Como a imagem deve ter uma identificação com o seu público, o uso redundante da imagem para informar, e não somente como complemento estético, leva a crer que parte da clientela desses lugares é formada por pessoas analfabetas. O uso de imagens sempre ilustrando o texto é essencial para o espectador que não domina o

⁵ D'ÁVILA, José Silveira. "O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea". In : RIBEIRO, Berta G. e outros. *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro : Funarte/Instituto Nacional do Folclore, 1983. p.165-188.

código da escrita. Fazendo uma observação mais cuidadosa, pode-se perceber que alguns letristas não têm um domínio perfeito do código da escrita, uma vez que, freqüentemente são encontrados vários erros graves de português além da falta de acentuação constante em diversas palavras.

É importante reconhecer que o design culto assume papel de “o outro” para a esfera popular. Talvez para a maioria da população brasileira esta seja a realidade, a forma mais comum de comunicação visual, e não o design institucionalizado, acadêmico. Não é possível ignorar o papel do vernacular como um elemento de expressão da cultura brasileira. Enquanto o design culto é moldado por influências externas, o popular é mais representativo de nossa realidade. A convivência e a troca entre os dois é característica da alteridade do design.



Figura 1

Figura 2

Figura 3



Figura 4



Figura 5

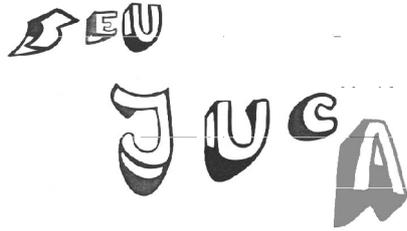


Figura 6



Figura 7

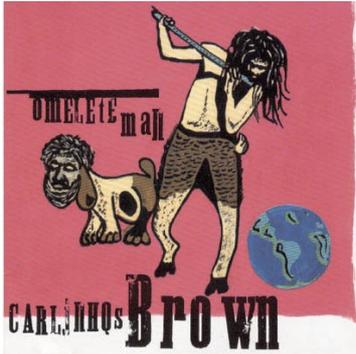


Figura 8



Figura 9