

Folclorização de letreiramentos populares por meio da digitalização: as contribuições de Lina Bo Bardi para o design vernacular

The folklorization of vernacular letterings through digitalization: Lina Bo Bardi's contributions to vernacular design

CARVALHO, Maria Beatriz; Graduada; UFPE

carvalhomariab@gmail.com

SOUZA, Eduardo Antonio Barbosa de Moura; Doutorando; IFPE

eduardosouza@recife.ifpe.edu.br

Este artigo revisa conceitos elaborados por Lina Bo Bardi, que tinha como objetivo tomar a tradição cultural do Brasil como base para um desenho industrial brasileiro. A partir desse contexto, enfatizamos as conceituações de *arte popular* e *folklore*, que revelam modos contrários de encarar os fatos populares: o primeiro, como expressão de uma civilização e o segundo, de maneira paternalista e estagnada. A seguir, discutimos a utilização de um letreiramento digital com características gráficas vernaculares em uma publicação de um banco digital em uma plataforma de mídias sociais a fim de identificar de que maneira se dá a relação das novas mídias com as expressões populares por meio do design. Concluímos que essa é uma relação de folclorização porque descontextualiza as pessoas e os processos produtivos envolvidos na produção dessa expressão gráfica. Essa discussão é pertinente para possibilitar discussões críticas do que é compreendido como design vernacular.

Palavras-chave: letreiramento popular; design vernacular; folclorização.

This paper reviews concepts proposed by Lina Bo Bardi, whose goal was to take people's cultural tradition in Brazil the basis for a Brazilian design. Among those, we emphasize the concepts of popular art and folklore, which reveal contradictory modes of facing popular facts: the first as an expression of a civilization and the latter as paternalistic and lifeless. After that, we discuss the usage of a digital lettering with graphic features that resemble vernacular expressions on a fintech's profile in a social media platform, in order to assess how design mediates the relationship between new forms of media and popular expressions. We conclude that this is a relationship of folklorization, as it takes these cultural expressions out of their context, erasing the people and their labor. This discussion is relevant to encourage critical debates regarding what is understood as vernacular design.

Keywords: vernacular lettering; vernacular design; folklorization.

1 Introdução

Nos últimos anos, as pesquisas em Memória Gráfica Brasileira (MGB) vêm criando espaço para examinar a cultura material produzida em nosso território a partir do campo do design, mesmo aquelas produções que antecederam o que ficou estabelecido como o nascimento do design no Brasil. Esse espaço não foi criado sem disputas: em sua introdução, Rafael Cardoso (2005) delineia as complexas contradições e intenções implicadas em delinearmos o que é *design*, o que é *design brasileiro* e quando surgiu no Brasil. Daí origina-se o perspicaz título dessa primeira coletânea de pesquisas que desafia a perspectiva estabelecida dessa gênese: *Design brasileiro antes do design*, uma vez que “o aspecto mais problemático de afirmar o início de um design brasileiro por volta de 1960 reside na recusa de reconhecer como design tudo que veio antes” (p. 8). Assim, as pesquisas em MGB buscam delinear esse processo histórico “para uma melhor compreensão daquilo que pode ser entendido como uma identidade brasileira no campo do design” (Cardoso, 2005, p. 12).

Nesse sentido, é importante resgatar as mais diversas expressões – sobretudo, aquelas de alguma maneira relacionadas às dimensões gráficas –, como têm feito a Rede de Pesquisa Memória Gráfica Brasileira. Uma expressão desse processo é a noção de *design vernacular* (Farias, 2011). Essa noção agruparia a produção associada ao que é popular, folclórico e oposto ao erudito; daí outro termo utilizado na América Latina ser *gráfica popular* (Finizola, 2015). De maneira geral, esses termos agregam as produções externas à tradição *formalmente* associadas ao design moderno. “Formalmente” aqui adquire um duplo significado: primeiro, em termos de educação profissional e/ou formação profissional; segundo, em termos da *forma* que essas produções adquirem materialmente. Hoje, uma expressão forte dessa atenção ao vernacular é a digitalização de letreiramentos em fontes digitais – uma prática consolidada com fontes muito difundidas como a *Brasiléiro* (1999), de Crystian Cruz, e a *1 Rial* (2012), de Fátima Finizola.

A preocupação com as expressões de cultura material *realmente* brasileiras, entretanto, são anteriores aos estudos de MGB. Fortemente ativa na implantação do design moderno no Brasil, Lina Bo Bardi atentou-se às produções ainda alheias à influência europeia quando foi à Bahia conhecer aquilo que chamou de *pré-artesanato*. A partir do contato com essa outra cultura material e seus processos produtivos, ela passou a teorizar como conciliar esse paradigma com aquele implantado nas metrópoles do sudeste – o *design*. Não obstante, também propôs iniciativas de políticas públicas para o reconhecimento dessa cultura, epitomizadas no conjunto arquitetônico do Solar do Unhão, na Bahia – que compreendia o Museu de Arte Moderna da Bahia (MAMB), o Museu de Arte Popular (MAP) e um modelo de ensino no qual esses dois paradigmas dialogavam.

Antes dos golpistas empresarial-militares de 1964 assumirem o poder e suspenderem essas iniciativas, fazendo com que o Museu nunca tenha sido plenamente finalizado, a designer já indicava possíveis percalços nesse processo. Um deles é teórico e está delineado na categoria de *folclore*, que ela defende ser uma palavra que deve ser eliminada porque é oriunda da “Grande Cultura central” (Pereira, 2008). Nossa objetivo neste artigo é retomar esse conceito e elaborar acerca de suas implicações sobre o que hoje é entendido como *design vernacular*, sobretudo no processo de digitalização de letreiramentos populares. Nessa discussão, defendemos a necessidade de retomar o *design*, conforme defendia a designer moderna, em termos materiais: a partir de suas características e implicações no modo de produção. Com isso, o objetivo é impedir o desvinculamento entre as linguagens vernaculares e os indivíduos que as praticam.

2 Lina Bo Bardì: o Brasil entre o pré-artesanato e o design

Ainda enquanto trabalhava na Itália, Lina Bo participava das discussões sobre cultura e arquitetura moderna, colaborando com a valorização do artesanato italiano. Nesse contexto, discutia-se tanto as relações entre arte e artesanato que remontam à Secession Vienense quanto a superação da tradição futurista e do Estilo Internacional (Pereira, 2008). Nos anos que se sucederam à Segunda Guerra, Lina casa-se com Pietro Maria Bardì e emigram para o Brasil, “onde exercerão uma intensa atuação no campo da cultura, das artes, da museografia e da arquitetura” (*ibid.* p. 23). Adicionaríamos, então, a influência do casal também no campo do design, por terem atuado na implantação do design moderno no Brasil.

Leon & Montore (2008) apontam que, na década de 1950, São Paulo – a então capital industrial do Brasil – sofreu profundas mudanças culturais. A modernização foi antecipada pela criação de dois museus: o Museu de Arte de São Paulo (MASP), em 1947, e o Museu de Arte Moderna (MAM), em 1948, pelo magnata da comunicação Assis Chateaubriand e pelo influente industrial Francisco Matarazzo, respectivamente. Essas duas instituições defenderam a abstração formal e geométrica: o MAM, por exemplo, colaborou com a criação da I Bienal de São Paulo em 1951 e presidiu o comitê do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Nesse sentido, é necessário considerar o momento crítico em que se deu a implementação dessas instituições que condicionaram o design formal no Brasil: entre um ideal modernizador industrial no campo econômico e o avanço conservador na política acarretadas pela renúncia de Jânio Quadros seguidas das manobras para impedir a posse de João Goulart (Cardoso, 2000).

É nesse contexto que o MASP – cujo então diretor é Pietro Maria Bardì – cria o Instituto de Arte Contemporânea em 1951 – no qual Lina Bo Bardì vai ser coordenadora – a fim de estabelecer relações entre as indústrias de bens de consumo e seus estudantes (Leon & Montore, 2008). De acordo com Pintado (2018), essa iniciativa foi “a primeira tentativa do casal Bardì de concretizar a passagem dos ensinamentos sobre arte, arquitetura e design com a finalidade de formar desenhistas industriais com espírito moderno para atuarem diretamente na indústria paulista” (p. 90). Pereira (2008) aponta que essa experiência no MASP e no IAC tem continuidade forte com o trabalho que Lina viria a tentar realizar na Bahia, inicialmente, com a fundação do Museu de Arte Moderna da Bahia (MAMB):

Enquanto o MASP se encontrava envolvido por um contexto ligado à metropolização, industrialização e constituição das massas urbanas em São Paulo no período, no caso do MAMB, uma outra situação socioeconômica iria colocar este museu diante de uma realidade constituída pela preservação de uma cultura ligada à tradição popular. (Pereira, 2008, p. 110)

Compreender o trabalho de Lina no MAMB – que se desdobrou na criação do Museu de Arte Popular (MAP) – depende fundamentalmente da abordagem material e produtiva da caracterização do desenho industrial. Conforme apontado por Pereira & Anelli (2005), na virada do século 19 para o 20, a mudança fundamental que caracteriza o que viria a ser chamado de *arquitetura moderna* “é, principalmente, a *institucionalização* e o tratamento com *rigor científico*” (p. 18) do conhecimento de urbanismo e de design de objetos dentro do processo histórico brasileiro. É nessa perspectiva que se dão as pretensões de Lina para criar um design *brasileiro*.

Para ela, a transformação da tradição era tanto inevitável quanto necessária, devido ao “processo evolutivo inadiável trazido pela máquina, pela indústria” (Pereira, 2008 p. 193). Essa compreensão material implicou sua dedicação para compreender os desenvolvimentos tecnológicos e produtivos na história ocidental. Por isso, sua conceituação de **artesanato** está fundamentada em uma determinada organização produtiva do trabalho:

O artesanato popular corresponde (...) a uma forma particular de agremiação social, isto é, às uniões de trabalhadores especializados reunidos por interesses comuns de trabalho e mútua defesa, em associações que, no passado, tiveram o nome de CORPORAÇÕES. (...) As corporações existiram na Antiguidade Clássica, isto é, na Grécia e Roma, e tiveram o máximo esplendor na Idade Média, quando a Europa inteira se constituiu em Corporações. (Bardi, 1980 apud Pereira, 2008, p. 197)

Portanto, o artesanato não é um objeto que adota determinado padrão estético, linguagem ou determinação artística, mas sim o resultado de um processo específico de trabalho, uma determinação econômica (Pereira, 2008). Em outra ocasião, ela define o artesanato como “a expressão de um tempo e de uma sociedade, um trabalhador que possui um capital (...) que lhe permita trabalhar a matéria-prima e vender o produto acabado, com lucro material e satisfação espiritual” (Bardi, 1958/2009). Todavia, o fim da era artesanal, conforme Bardi (2009) aponta, também implica em um problema decorrente da nova divisão do trabalho: a cisão entre técnico e operário executor. Esta cisão é exatamente a origem do desenho industrial.

Entretanto, o que ela encontra no Brasil é algo distinto: o artesão, em 1958, era “um executor, um especialista sem capital que empresta o próprio serviço a quem a ele fornece matéria-prima (...) e recebe um salário em troca do próprio trabalho de execução. É o assim chamado proletário” (Bardi, 2009). Portanto, dado que essa organização produtiva não corresponde à conceituação, Lina se recusa a chamar essa produção de *artesanato*. Em vez disso, ela caracteriza o que havia antes da implementação do design moderno no Brasil como *pré-artesanato*: “o que existe no Nordeste são sobrevivências naturais em pequena escala, como herança de ofício, e não uma forma de organização social ou meio de produção que pertence a um período específico da história do homem” (Pereira, 2008, p. 197). Esse pré-artesanato, então, seria uma consequência da miséria da população enquanto “grupos isolados e ocasionais, sobretudo organizados a partir de uma estrutura familiar e que desapareceriam tão logo acontecesse o mínimo de desenvolvimento econômico no Nordeste” (*ibid.* p. 198).

Em 1963, o conjunto arquitetônico Solar do Unhão tornou-se sede conjunta do MAMB e do MAP, além de ser o local em que Lina pensou criar uma Escola de Desenho Industrial que ligasse a cultura popular ao modo de produção industrial. Essa iniciativa foi o Centro de Estudos e Trabalho Artesanal (CETA), que tinha como objetivo produzir “objetos-tipo para a indústria a partir do conhecimento da cultura pré-artesanal” (Pereira, 2008 p. 201). Esse programa de ensino estava pautado no encontro entre projetistas e artesãos; assim, à medida que “os primeiros ensinariam conhecimentos teóricos aos segundos, e estes, por sua vez, os conhecimentos práticos da profissão aos primeiros” (*ibid.* p. 212). Ela formula a proposta da escola como:

A Escola se propõe eliminar a fratura Projeto – Execução no campo do Desenho Industrial (DI), (fratura existente também, e em

proporção maior, na arquitetura contemporânea), visando eliminar o caráter anônimo e aviltador do trabalho de execução manual, comparado ao excessivo intelectualismo despido de qualquer ligação diretamente prática, do trabalho de projeção. (Bardi em Pereira, 2008, p. 211)

Para nós, é crucial pontuar que as conceituações feitas por Lina sempre passavam por pensar a cultura material por seus aspectos produtivos, históricos e econômicos. Além disso, cabe ressaltar que ela não buscava apartar a produção popular da tecnologia industrial de sua época; reconhecendo o pré-artesanato e o design como coetâneos, ela propunha trazer a cultura tradicional para o coração da produção industrial – aquilo que compreendia como *design*. Ou seja, ela defendia que “os materiais modernos e os modernos sistemas de produção tomarão depois o lugar dos meios primitivos, conservando, não as formas, mas a estrutura profunda daquelas possibilidades” (Bardi em Pereira, 2008 p. 194). Em outras palavras, ela buscava na cultura popular não a aparência de sua produção material, mas a essência que caracterizaria uma *civilização*, conceito que discutiremos na seção a seguir.

3 Arte popular e folclore

Para compreendermos a relação que Lina buscava estabelecer com a produção tradicional na Bahia, é necessário discutir duas categorias de suas formulações: *fato popular* e *folclore*. Conforme apontamos, para ela, o pré-artesanato é oriundo da miséria a que são relegadas as populações marginalizadas no Brasil subdesenvolvido dos anos 1960. Assim, essa produção material não se constitui como *artesanato* porque necessitaria de uma determinada estrutura manufatureira; se constitui como *pré-artesanato* porque é a herança de um ofício. Nesse sentido, Lina compreendia que esses artefatos se caracterizam como *fatos populares*: “elementos que são suportes para uma existência, para uma vida que se desenvolve sob condições adversas (...) [elementos que] são sempre produtos para atender às necessidades de uma existência humana” (Pereira, 2008, p. 198). Esses fatos populares é que deveriam constituir o lastro cultural que possibilitaria uma produção industrial brasileira.

Segundo Pereira (2008), ela articulou essa a outras categorias oriundas do pensamento de Antonio Gramsci, tecendo críticas muito semelhantes àquelas que ele apresentou em relação à Itália. Por exemplo, ele identificava a separação entre os intelectuais e as bases populares, evidenciando que lá, “nacional” significava algo muito diferente do “popular”, porque “os intelectuais são afastados do povo, isto é, da nação (...) que jamais foi quebrada por um forte movimento político popular ou nacional vindo de baixo” (Gramsci, 1978 em Pereira, 2008). Para além de compartilharem o país de origem, a influência que a leitura de Gramsci exerceu sobre o pensamento de Lina parece demonstrar semelhanças entre as condições históricas e culturais entre Brasil e Itália. Pereira (*ibid.*) sintetiza essas condições sob a denominação de *poli-cultural*.

Fontana (2008) reforça que, para Gramsci, é preciso distinguir entre aqueles que “conhecem” e aqueles que “compreendem” e “sentem”: os intelectuais podem conhecer, mas não comprehendem e sentem, enquanto o povo-nação comprehendem e sentem, mas não possuem conhecimento formal. Nesse sentido, Reed (2013) aponta que uma das principais contribuições do pensamento gramsciano foi relacionar teoria e senso comum popular: embora pareçam ser modos distintos de conceber a realidade, devem estabelecer contato dinâmico para modificar, desenvolver e transformar o potencial socialista presente nas concepções populares. É nesse sentido que Lina também adota o conceito gramsciano de

povo-nação para constituir uma produção material nacional a partir de uma base fortemente popular: em sua estrutura, mas não em sua aparência.

Em contrapartida, Lina identificava a possibilidade de uma leitura supérflua da cultura local na categoria de *folklore*, também pautada em Gramsci, que “considera o *povo regional* (...) como visto *paternalisticamente* do exterior” (Pereira, 2008, p. 196). Portanto, as consonâncias entre Gramsci e Lina se deram também na discussão acerca do patrimônio cultural e da tradição: ela encarava essa postura folclórica como análoga à “imposição praticada pelos regimes totalitários no campo da cultura” (Pintado, 2018 p.132). Nesse sentido, para Lina:

Está fora de causa o folklore, que serve aos turistas e às “Senhoras” que acreditam na beneficência. Folklore é uma palavra que precisa ser eliminada, é uma classificação em “categorias”, própria da Grande Cultura central, para eliminar, colocando no devido lugar, incômodas e perigosas posições da cultura popular periférica. (Bardi em Pereira, 2008, p. 197)

Por isso, ela insistia na noção de *arte popular* em oposição a *folklore*; este último seria “uma herança estática e regressiva, cujo aspecto é amparado paternalisticamente pelos responsáveis da cultura, ao passo que arte popular (...) define a atitude progressiva da cultura popular ligada a problemas reais” (Bardi em Pintado, 2018 p. 152). Assim, um desenho industrial brasileiro deve ser orientado pelo lastro cultural da arte popular, especificamente na materialidade de seu aspecto prático e cotidiano. Por outro lado, quando é executada uma apropriação meramente estilística daqueles que “conhecem” – os intelectuais – das expressões materiais práticas e cotidianas daqueles que “compreendem” e “sentem” – o povo-nação – realizamos uma folclorização da cultura popular.

Aqui, cabe retomar a proposta gramsciana de que o conhecimento dos intelectuais só adquire caráter político quando vinculados ao sentimento do povo; é esta síntese que fornece energia para a atividade política e histórica (Fontana, 2008). Essa dimensão se reflete no pensamento de Lina por meio da sua preocupação com o materialismo e sua relação com a tradição cultural. Daí vem a centralidade dos modos de produção para sua prática teórica, museal e projetual. Nesse sentido é que ela ambicionava nomear a exposição inaugural do MAP como *Civilização Nordeste*: para “apresentar os aspectos mais diversos que dessem conta de registrar um cotidiano particular e específico de um povo” (Pereira, 2008 p. 195) E que contemplaria “o aspecto prático da cultura, a vida dos homens em todos os instantes” (Bardi em *ibid.*, 2008 p.199). A construção dessa civilização poderia, então, dissolver a divisão entre cultura moderna e cultura popular.

Portanto, cabe evidenciar que, para Lina, as bases culturais, “quando reais, não significa conservar as formas e os materiais, significa avaliar as possibilidades criativas originais” (Bardi em Pereira, 2008 p. 193). Além disso, a transformação da tradição era inevitável e necessária. Ou seja, não seria uma contradição que uma cultura material popular utilizasse a tecnologia industrial; isso deveria ser o objetivo de um desenho industrial originalmente brasileiro. Pensar o contrário, no sentido de “deixar intocadas” certas formas ou materiais, apartando a produção popular da tecnológica coetânea, seria uma perspectiva folclórica, uma vez que significa uma tentativa de estagnação da tradição.

Ao discutir preservação cultural na “Era Google”, Paul Conway define o futuro e a “razão de ser” da preservação do patrimônio cultural como algo ligado à “transformação de artefatos em novas formas úteis e [à] ampliação da sua vida útil” (Conway, 2010, p. 76). Apesar da imprecisão acerca do que Conway quer dizer com *úteis*, podemos intuir que seria algo como a diversificação de propósitos para além daqueles para os quais os artefatos foram projetados; ou, no geral, que esses artefatos permaneçam usados pelas pessoas. Atualmente, em artigos e projetos de design ligados a expressões gráficas da cultura popular, é comum que a “conservação” ou “preservação” desses artefatos gráficos seja usada como justificativa ou objetivo da criação desses trabalhos. Nesta seção, iremos explorar de que maneiras o design — tanto o comercial, quanto o acadêmico — de fato opera para “conservar” os letreiros populares, quais usos possibilita para esses artefatos, e como a relação entre vernacular e digital se dá em meio a tensões e contradições.

O fascínio do design formal com os materiais produzidos pela gráfica popular se estabelece pela diferenciação. Isso significa que o design precisa se firmar como local a partir do qual margens serão criadas para, a partir disso, definir que a produção vernacular existe “em paralelo com a produção do design formal” (Finizola, 2015, p. 48). É uma relação unilateral e dicotômica, onde um dos lados observa o outro, e a ele atribui sentidos antônimos aos seus. Ao explorar os escritos do sociólogo Florestan Fernandes sobre folclore, Garcia (2001) observa como o surgimento dessa disciplina acontece para reforçar a crença da classe dominante de que apenas ela seria capaz de progresso, sendo as classes trabalhadoras relegadas à “sobrevivência”:

Com isso, o folclore emerge como campo de estudos baseado em uma concepção da sociedade como uma grande dicotomia: de um lado, o povo, vivendo de valores residuais, muitas vezes ditos irracionais; de outro, um grupo homogêneo, com conduta radicalmente diferente. (Garcia, 2001, p. 157)

Nessa concepção de sociedade, o “moderno” e o “progresso” – ilustrados pelo design – só passam a ser reais quando o “passado” – o folclore – é definido. Aqui, cabe retomar o contexto da implantação do design no Brasil: em São Paulo, as duas principais instituições que difundiram a prática existiram graças ao apoio do magnata Assis Chateaubriand e do industrial Francisco Matarazzo (Leon & Montore, 2008). Do mesmo modo, a implementação de um design formal por meio da instituição da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) foi para o então governador da Guanabara, Carlos Lacerda, um modo de “projetar uma face moderna para o seu governo” (*ibid.* p. 174). É nessa perspectiva estético-ideológica que a ESDI reivindicava sua ascendência em relação à Escola de Ulm.

Ou seja, a implementação do design formal estava intrinsecamente ligada a um ideário desenvolvimentista que, em larga medida, buscava suplantar as práticas de cultura material existentes a fim de tornar o Brasil um país “moderno”. Por conseguinte, isso resultou no que Leite (2014) caracterizou como ensino e práticas de design que estavam “de costas para o Brasil”. Além disso, não é surpreendente que o design, disciplina implantada para atender a essa demanda da burguesia industrial, enxergue a si como parte do “grupo homogêneo” e reproduza suas práticas.

Em vista disso, ao estudar e manipular artefatos da gráfica popular, o design cria “um deslocamento, de elementos já existentes em uma cultura, para uma outra, não ligada a ela e

que costuma ver a anterior como atrasada” (Fukushiro, 2014, p. 200). A seguir, argumentamos que a relação entre letreiramentos populares e mídias digitais está caracterizada por esse gesto de deslocamento sobretudo porque apropria-se da expressão gráfica como tendência estilística, ocultando os indivíduos e a realidade material que Lina Bo Bardi caracteriza como constituintes do povo-nação.

Um dos aspectos que aponta para esse diagnóstico é a ausência de uma definição explícita acerca do que queremos dizer quando propomos a “preservação” dos letreiros populares. Tal imprecisão conceitual abre as portas para que o deslocamento desses elementos se torne menos *movimento* e mais *descontextualização*. Fukushiro (2014) alerta para os perigos dessa tradução para o digital:

Uma vez transposto para o design digital, torna-se um elemento de referência, como o ramo de café, ou, pior, pode ser “escolha discricionária e dilettante”, sem maiores reflexões sobre essa transposição. Essa tipografia colabora para um “gesto”, apenas no macrotipográfico: na tipografia como mera imagem - não à toa, trata-se de tipos display. (Fukushiro, 2014, p. 200)

Nesse sentido, ao reproduzir os letreiros populares de forma digital como mero “elemento de referência” e de maneira “dilettante”, o “gesto” do designer revela a falta de atenção aos aspectos materiais dessa produção. De onde surge tal expressão gráfica? Por que assume esta forma? Por quem e para quem o letreiramento é produzido? Como apontam Serpa & Mazzarotto (2020) a partir da pedagogia freireana, problematizar os dados da realidade é uma ferramenta fundamental para situar as questões sociais com que o design lida.

Todavia, se tais perguntas estão ausentes, esse movimento torna-se de descontextualização dessa expressão gráfica. Ao contrário do que ocorre, por exemplo, durante esforços de preservação digital de materiais de culturas antigas em museus, a “preservação” da gráfica popular pelo design não acontece de maneira centralizada. Não se trata de um movimento organizado da área, construído em conjunto com estudiosos de patrimônio e cultura, e sim de esforços liderados por pessoas com interesses comuns que, por vezes, organizam-se em pequenos grupos.

Dada essa dimensão individualizada dos esforços de “preservação”, os letreiros acabam por ser retirados de seu contexto urbano e marginalizado. O gesto do designer, nesse momento, transforma em fato material aquilo que Bo Bardi chamou de *estagnação cultural*: a cultura popular é folclorizada porque é transformada em tendência estilística. O maior exemplo dessa transformação do vernacular em “estilo” do design formal talvez seja o uso dos letreiros populares — ou expressões gráficas que remetem a eles — por grandes marcas.

Em uma ação publicitária iniciada em maio de 2021, o banco digital Nubank apresentou “frases populares” traduzidas em *letterings* que remetem aos letreiramentos da tipografia vernacular. É interessante notar, primeiro, que essas peças publicitárias tenham como origem um banco digital — uma subcategoria de instituição financeira que, apesar de ter a mesma finalidade que qualquer outro banco, autointitula-se como uma entidade livre das amarras do sistema financeiro tradicional. Esse tipo de instituição enuncia que entrega “progresso” para os seus clientes por meio de inovações tecnológicas e um despreendimento das burocracias comumente associadas ao sistema bancário tradicional. O Nubank, cujas agências não existem fisicamente, apropria-se e reafirma-se por meio de expressões gráficas que dependem de seu

suporte físico para existir. É também merecedora de nota a combinação feita pelo banco entre “ditos folclóricos” – expressões linguísticas sem dono, “regionais” – e tipografia vernacular – também entendida como parte de uma cultura regionalizada, e colocada em prática, na maioria das vezes, por “artistas anônimos” (Farias, 2011, p. 167).

Figura 1 – Captura de tela da publicação digital no perfil do banco Nubank na plataforma Instagram, em 4 de maio de 2021.



Fonte: Divulgação/Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/COd7yXxAg1D/>>. Último acesso em 18 de abril de 2022.

O próprio entendimento dos autores originais desses letreiramentos como “anônimos” também está ligado ao processo de folclorização, que transforma pessoas marginalizadas em “outros”. Isso fica especialmente claro quando o “outro”, que tem suas práticas folclorizadas, é entendido como “alienígena” à cultura hegemônica. Essa dimensão é explicitada na legenda da publicação, que, como um dicionário, *denota* a expressão linguística e a situa como “mais comum no Nordeste e no Norte do Brasil”.

Nesse processo, os indivíduos se perdem, mas os artefatos – linguísticos e gráficos – criados por eles acabam sendo enaltecidos. Como mostra Javorski (2017):

Isso ajuda a perpetuar no senso comum a fantasia de que o folclórico seria propriedade de grupos autossuficientes cujas técnicas simples ou igualdade social os preservariam das ameaças modernas. Essa tendência, como analisa Canclini (1989), leva a sociedade a enaltecer as obras e as artes desses povos, mas não os processos e os próprios indivíduos que realizam esse trabalho. Os objetos são valorizados, portanto, mais pela sua repetição do que [pela] sua transformação. (Javorski, 2017, p. 8)

A transformação do outro em “outro” – diferenciado de si – e de suas práticas em folclore retiram dessas pessoas a sua humanidade, transformando-as em mitos. Os aspectos raciais e geográficos ligados a isso também não podem ser ignorados. Como afirma Pereira (1983):

[...] ao se folclorizar a cultura, folclorizam-se com ela o indivíduo e o grupo racial ... a folclorização é parte de um mecanismo histórico de produção do homem-espetáculo, do ser exótico e leviano, e, como tal, incorporado à dimensão não-séria – histrionica e mágica – da vida nacional. Opondo-se ao país operoso, racional, capitalista, esta cultura é expressão e suporte do que há de amalandrado, mágico, inconsequente e preguiçoso da vida nacional. [...] (PEREIRA, 1983, p. 93-106).

Ao transpor a gráfica popular para o vetor digital, o banco estaria colocando em prática a conservação desses letreiros? Dada a definição vaga do que pode ou não ser entendido como *preservação* em design, podemos concluir que sim — ao menos de maneira literal. A digitalização das formas da tipografia vernacular, por si só, operaria como ferramenta de preservação. No entanto, não podemos concluir que essa é uma preservação que acontece sem perdas. Ao expropriar as produções gráficas de seu autor — ainda que “anônimo” — e de seus suportes tradicionais — muros, paredes, placas nos centros urbanos — para o ambiente esterilizado das redes sociais, o que está sendo posto em prática é a estagnação descrita por Lina Bo Bardi.

Podemos dizer, portanto, que a transposição para o meio digital opera, neste caso, não como ferramenta para conservação da produção cultural popular, e sim como reforço da lógica “homogênea” pontuada na leitura de Fernandes feita por Garcia (2001). Desse modo, aquilo que é produzido fora da estética e técnica hegemônicas, quando não é desdenhado, é transformado em fetiche. De maneira análoga, é a posição paternalista apontada por Bo Bardi em relação à cultura popular que caracteriza a folclorização. Daí que sua proposta pedagógica necessariamente consistiria no diálogo entre as pessoas responsáveis pelo ofício e pelo projeto.

Por fim, é importante que tracemos um contraste entre essas práticas de anonimização e folclorização do vernacular com outras iniciativas, dentro do design acadêmico, e que centralizam os pintores de letras. Dois exemplos relativamente recentes são o projeto *Letras Que Flutuam*, liderado por Fernanda Martins, que mapeia a produção dos “abridores de letras” ribeirinhos no Pará, e a fonte digital *Abençoada*, produzida em Santa Catarina em conjunto com o pintor de letras que a inspirou. Ao se recusarem a chamar de “anônimos” esses trabalhadores, e ao colocar as suas metodologias e trajetórias sociais como parte integral de seus projetos, esses trabalhos e pesquisas vão de encontro à ideia de que o vernacular é algo atrasado, que merece ser observado apenas quando tirado de seu contexto.

5 Considerações finais

A partir da revisão de literatura de algumas elaborações da arquiteta Lina Bo Bardi, sobretudo a partir do trabalho realizado por Pereira (2008), buscamos elaborar acerca de suas implicações sobre o que hoje é entendido como *design vernacular*, sobretudo no processo de digitalização de letreiramentos populares. Depois de contextualizar de seu papel na implantação do design moderno no Brasil, processo em que atuou por meio da coordenação do Instituto de Arte Contemporânea (IAC) do Museu de São Paulo (MASP), apresentamos

algumas de suas categorias e conceituações no decorrer da fundação do Museu de Arte Moderna da Bahia (MAMB) e do Museu de Arte Popular (MAP) no mesmo estado.

Lina planejou essas instituições como museus-escola, elaborando seu currículo e missão. Sobretudo no que diz respeito ao MAP, ela demonstrava uma compreensão produtiva do desenho industrial e, portanto, intencionava integrar a tradição cultural do Brasil com os potenciais da produção industrial coetânea. Para isso, ela compreendia que os *fatos populares* seriam a principal fonte de referência para um desenho industrial brasileiro. Em contraposição à valorização da produção material dessa *civilização*, ela conceituava a ideia de *folclore*, que seria um modo paternalista de encarar a tradição popular. Isso ela rejeitava veementemente, buscando no *pré-artesanato* brasileiro o seu potencial para suprir as necessidades cotidianas do *povo*.

A partir dessas conceituações, buscamos analisar uma das expressões mais significativas do que ficou conhecido como design vernacular no Brasil: a digitalização de letreiramentos populares. Sob um imperativo ético de “preservação” dessas expressões gráficas, vários projetos são realizados no sentido de transpô-las para o meio digital. Entretanto, essa “tradução” não se dá sem conflitos ou contradições. Conforme discutido a partir da publicação digital no perfil do banco digital Nubank em maio de 2021, essas expressões gráficas, ao serem transpostas, removem os profissionais (ainda que “anônimos”) que realizam seu trabalho sob determinadas condições produtivas.

Desse modo, acreditamos que pesquisas futuras poderão investigar as filiações teóricas e conceituações de Lina Bo Bardi a fim de analisar as expressões de *design vernacular* no Brasil de maneira crítica. A atenção da arquiteta ao caráter histórico-produtivo das suas categorias de *pré-artesanato*, *artesanato* e *desenho industrial* – apenas para citar alguns – são fundamentais para pensarmos uma cultura visual e material brasileira sem estagná-la pela folclorização.

6 Referências

- BARDI, Lina Bo. Arte Industrial (1958). Em: BARDI, Lina Bo. RUBINO, Silvana (org.); GRINOVER, Marina (org.). **Lina por escrito: textos escolhidos de Lina Bo Bradi, 1943-1991**. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2009.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- CARDOSO, Rafael. Introdução. Em: CARDOSO, Rafael (org.). **O design brasileiro, antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: CosacNaify, 2005.
- CONWAY, Paul. Preservation in the age of Google: Digitization, digital preservation and dilemmas. Em: **Library Quarterly**. Chicago: University of Chicago, 2010
- FARIAS, Priscila L. Aprendendo com as Ruas: a tipografia e o vernacular. Em: **O Papel Social do Design Gráfico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011
- FINIZOLA, Fátima. **A tradição do Letreiramento Popular em Pernambuco - Uma investigação acerca de suas origens, forma e prática**. Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015. Disponível em: <<http://rgdoi.net/10.13140/RG.2.1.5010.8562>>. Acesso em: 12 maio 2021.
- FONTANA, Benedetto. Hegemony and power in Gramsci. Em: HOWSON, Richard; SMITH, Kylie

(Orgs.). **Hegemony: studies in consensus and coercion.** 1. publ. New York, N.Y.: Routledge, 2008.

FUKUSHIRO, Luiz. Ensaio sobre a tipografia brasileira, in: Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP. São Paulo: USP, 2014

GARCIA, Sylvia Gemignani. Folclore e sociologia em Florestan Fernandes, in: *Tempo Social*. São Paulo: USP, 2001.

JAVORSKI, E. **Folclorização do outro: a imagem do imigrante nos telejornais brasileiros.** Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais...* Curitiba: 2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1701-1.pdf>>

LEITE, João de Souza. De costas para o Brasil, o ensino de um design internacionalista. Em: MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro: anos 60.** São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LEON, Ethel; MONTORE, Marcello. Brasil. In: FERNÁNDEZ, Silvia (Org.). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe: industrialización y comunicación visual para la autonomía*. São Paulo: Ed. Blücher, 2008, p. 62–87.

PEREIRA, Juliano Aparecido; ANELLI, Renato Luiz Sobral. A School of Industrial Design looking at the pillars of the pre- craft skills: Lina Bo Bardi and the Solar do Unhão Museum in Bahia. p. 12, 2005.

PEREIRA, J. B. B. Negro e cultura negra no Brasil atual. **Revista de Antropologia**, v. 26, p. 93–105, 26 dez. 1983.

PEREIRA, Juliano Aparecido. Lina Bo Bardi: Bahia, 1958-1964. Uberlândia, Minas Gerais: EDUFU, 2008.

PINTADO, Ricardo Luís Sampaio. A imaginação museal de Lina Bo Bardi: expografias (1947-1968). Tese de doutorado, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018.

REED, Jean-Pierre. Theorist of Subaltern Subjectivity: Antonio Gramsci, Popular Beliefs, Political Passion, and Reciprocal Learning. **Critical Sociology**, v. 39, n. 4, p. 561–591, 2013

SERPA, Bibiana. MAZZAROTTO, Marco. “Eva Viu A Uva?: Desvelando Dimensões Políticas Em Design Com Paulo Freire.” II Colóquio De Pesquisa e Design: De(s)Colonizando o Design, 2020.