



**A PINTURA POPULAR E O DESIGN VERNACULAR COMO ESTRATÉGIAS VISUAIS: O PROJETO *HAND PAINT BRAZIL***

**LA PEINTURE POPULAIRE ET LE DESIGN VERNACULAIRE COMME STRATÉGIES VISUELLES : LE PROJET *HAND PAINT BRAZIL***

Italo de Barros Gonçalves<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Amazonas  
**Indique com sim ou não**  
Associado/a/e ANPAP: Não

Paulo César Marques Holanda<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Rio de Janeiro  
**Indique com sim ou não**  
Associado/a/e ANPAP: Sim

**RESUMO**

O presente artigo desponta como análise da página do projeto *Hand Painted Brazil*, que apresenta-nos uma documentação em coleção digital de registros de pinturas populares encontradas pelas ruas do Brasil. Entrelaçado com estudos do design vernacular e da memória gráfica, realizamos a análise visual das pinturas com o objetivo de identificar elementos recorrentes e características compartilhadas. Possuindo caráter bibliográfico e qualitativo, refletimos sobre a importância dessas expressões visuais também sob a perspectiva da economia criativa em meios não institucionalizados.

**Palavras-chave:** *Hand Painted Brazil*. Design vernacular. Pinturas populares.

**SOMMAIRE**

Le présent article se propose comme une analyse de la page du projet *Hand Painted Brazil*, qui nous présente une documentation sous forme de collection numérique d'enregistrements de peintures populaires trouvées dans les rues du Brésil. Entrelacée avec des études sur le design vernaculaire et la mémoire graphique, notre analyse visuelle des peintures vise à identifier les éléments récurrents et les caractéristiques partagées. De nature bibliographique et qualitative, cette recherche reflète également sur l'importance de ces expressions visuelles sous la perspective de l'économie créative dans des contextes non institutionnalisés.

**Mots-Clés:** *Hand Painted Brazil*. Design vernaculaire. Peintures populaires.

---

<sup>1</sup> Licenciado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Amazonas, Especialista em Design Educacional pelo Instituto Federal do Espírito Santo, Especialista em Mídias na Educação pela Universidade Federal do Amazonas. E-mail: [italobgoncalves@gmail.com](mailto:italobgoncalves@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1798-1314>. Lattes ID: <https://lattes.cnpq.br/8458699864504732>

<sup>2</sup> Doutorando em Artes Visuais no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre Interdisciplinar em Ciências Humanas pela Universidade do Estado do Amazonas. Licenciado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Amazonas. Licenciado em Letras - Língua e Literatura Francesa pela Universidade Federal do Amazonas. Professor substituto na Faculdade de Artes da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: [paulo.flu@sapo.pt](mailto:paulo.flu@sapo.pt) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0202-7085>. Lattes ID: <http://lattes.cnpq.br/1624479051745726>.

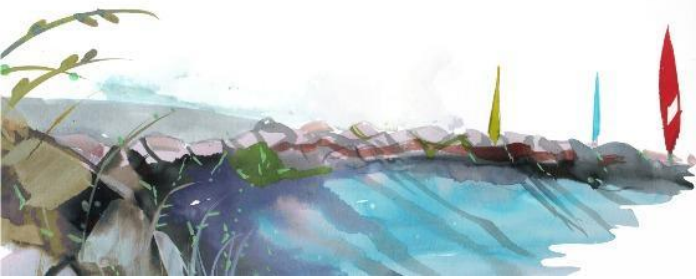


## Introdução

As pinturas populares em muros e paredes fazem parte do cotidiano urbano brasileiro, seja em fachadas de estabelecimentos ou em ilustrações decorativas. Essas produções imagéticas por vezes não possuem a identificação de seus criadores, no entanto, se fazem presentes e atingem suas funcionalidades como comunicação visual popular. Tais pinturas chamam a atenção dos transeuntes pela criatividade, pelo inesperado e, às vezes, pelo estranhamento causados por formas e cores presentes nas composições visuais. É inegável que essas produções constituem materialidades passíveis de análise.

Para o designer e arquiteto Hsuan-An (2018), quase todos os tipos de objetos utilitários que temos ao nosso redor são produtos do design. O que nos leva a partir do entendimento que o design abrange diversos elementos na sociedade, atuando em ambientes físicos e digitais. Cardoso (2008), denota que o termo design refere-se a uma atividade que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos. Dessa maneira, pode-se considerar o design como uma área legitimada por estruturas acadêmicas e mercadológicas, sendo assim denominado de design oficial. Contrapondo-se ao design oficial, identifica-se, o design vernacular, que surge a partir de soluções com materiais facilmente encontrados no cotidiano.

Carvalho *et al.* (2023) é sensível ao revelar a importância de abordagens que reconheçam e valorizem os saberes populares e tradicionais, seus processos criativos e soluções estéticas em seus modos de vida específicos. O projeto *Hand Painted Brazil* atua em mídias sociais, como o Instagram, onde são publicadas fotografias de pinturas populares registradas em diferentes regiões do Brasil, muitas delas enviadas por seguidores. Dessa forma, evidencia-se a importância da documentação dessas expressões visuais, frequentemente à margem do reconhecimento acadêmico, mas amplamente presentes no cotidiano urbano. A documentação dessas pinturas



populares contribui para a valorização e a visibilidade de práticas gráficas que operam fora dos circuitos institucionais de arte e design.

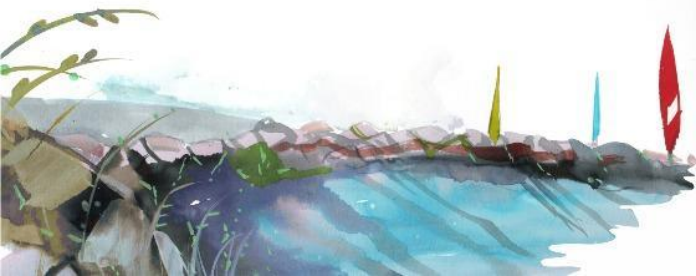
Ao apontar estas existências, ponderamos o rompimento de valorização mercadológica, ultrapassando as fronteiras entre o discurso oficial do design, sua estética e funcionalidade. Outras possibilidades de conexões são sobrepostas e emergem como fatores identitários, sobrecarregados de simbolismos e historicidade em seus artefatos gráficos.

Destarte, o presente artigo possui caráter bibliográfico e qualitativo e buscou realizar análise visual das pinturas populares documentadas pela página *Hand Painted Brazil*. Primeiramente, apresentamos o projeto como uma coleção digital de registros de pinturas populares encontradas pelas ruas do Brasil, entrelaçando com estudos do design vernacular e da memória gráfica. Em seguida, realizamos a análise visual das pinturas populares com o objetivo de identificar elementos recorrentes e características compartilhadas. Por último, refletimos sobre a importância dessas expressões visuais sob a perspectiva da economia criativa em meios não institucionalizados.

### **Hand Painted Brazil como coleção digital de artefatos gráficos**

De acordo com Castro e Hoffmann (2025), no mundo digital, perfis em mídias sociais funcionam como uma “coleção virtual” de imagens que evidenciam a variedade dos murais pintados à mão em diferentes regiões do Brasil. Dessa forma, esses perfis, promovem conexões entre artistas, apreciadores e interessados por essa forma de expressão. Sobre a importância das documentações dessas materialidades, os autores garantem que

essas manifestações da comunicação visual informal não se percam por causa da sua efemeridade, por falta de registro ou de reconhecimento pela academia e pelo mercado. Assim, ao contaminar o meio acadêmico, profissional e as mídias, essas ações não só preservam esses artefatos e os inserem na memória coletiva da sociedade, mas também oferecem uma visão da evolução dos produtos e serviços anunciados, além de influências culturais e



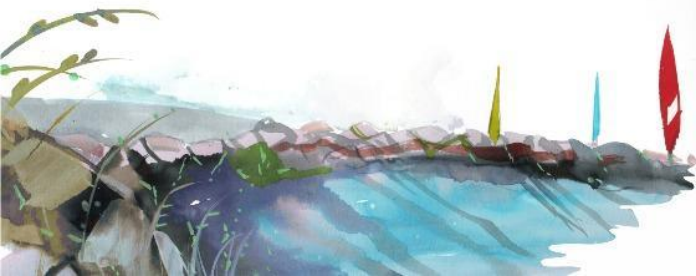
estéticas de uma comunidade ao longo do tempo. (Castro e Hoffmann, 2025, p.35)

Nesse contexto, o projeto *Hand Painted Brazil* (pintado à mão, em tradução literal) atua com um perfil na rede social Instagram, que conta com mais de 130 mil seguidores e exibe fotografias de pinturas populares (Imagem 1) que são capturadas por observadores atentos às informações visuais presentes na dinamicidade das ruas de todo o Brasil. O projeto foi idealizado e é mantido pela diretora de arte Clara Izabela, que em entrevista ao site Mais Goiás (2022), informou que o objetivo do projeto é documentar e mapear essas manifestações visuais.



Imagem 1 - Pintura popular em parede, 7cm x 7cm. Fonte *Hand Painted Brazil*

A idealizadora relatou que costumava fotografar pinturas populares em São Paulo e durante suas viagens. No entanto, foi em 2018, durante uma passagem pelo litoral da Bahia, que registrou imagens que motivaram a criação do perfil do projeto *Hand Painted Brazil* no Instagram. Segundo Clara, inicialmente a maioria das fotografias era de sua autoria e com o tempo, familiares e amigos passaram a colaborar com o envio de imagens. As possibilidades de conexão social e o compartilhamento de conteúdo, favorecidos pelos algoritmos da plataforma, ampliaram o engajamento e abriram novas formas de interação do público com o projeto. Posteriormente, as contribuições passaram a ser enviadas pelos seguidores por meio de mensagens diretas no Instagram e Twitter (atualmente X) e por e-mail.

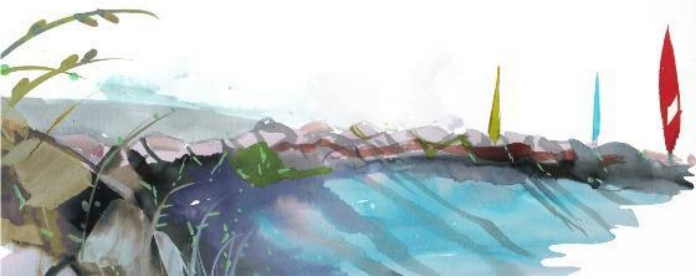


As curadorias elaboradas por Clara Izabel no projeto *Hand Painted Brazil* são, por vezes, organizadas a partir de eixos temáticos que conectam as fotografias por elementos em comum. Algumas coleções reúnem imagens de pinturas populares em fachadas de estabelecimentos como salões de beleza, lava-jatos, sorveterias, churrascarias e quiosques. Também estão presentes temas como declarações amorosas, humorísticas ou de crítica social; representações de entidades religiosas; retratos de animais como gatos e cachorros; e personagens da indústria cultural. Uma característica do projeto é a identificação do autor do registro fotográfico e do local onde a imagem foi captada, conforme pode ser visto na imagem 2.



Imagem 2 - Identificação dos locais das pinturas, 9cm x 15cm. Fonte: *Hand Painted Brazil*<sup>ii</sup>

Os resultados das curadorias fotográficas apresentam respostas variadas por parte do público, com reações cômicas e afetivas relacionadas à forma das pinturas, que rompem com padrões convencionais de representação visual. Segundo Clara, alguns internautas relatam histórias e memórias associadas aos locais retratados nas fotografias:

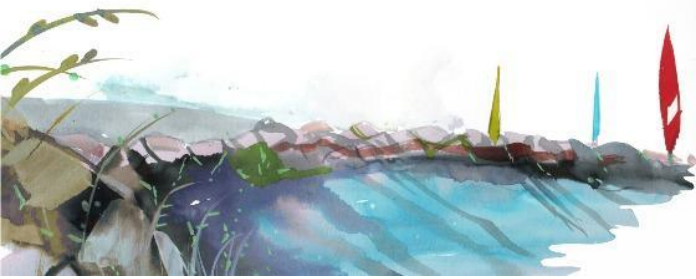


Gosto demais quando isso acontece e acabo postando. Diversas vezes nos comentários tem alguém falando que a pintura é do lado de casa ou que é na sua cidade. Já aconteceu de eu errar a localização e outra pessoa, diferente da que me enviou, me corrigir. Acho muito legal quem identifica as pinturas ou tem alguma relação com elas. (Mais Góias, 2022, online).

Assim, o projeto *Hand Painted Brazil* mostra a importância da preservação de produções visuais populares ao dar visibilidade a essas materialidades e aos contextos locais em que estão inseridas. A associação entre as imagens e os lugares representados gera identificação entre os indivíduos que acompanham o perfil, promovendo relações de pertencimento e reconhecimento coletivo. A circulação dessas imagens em mídias digitais também estimula a interação entre pessoas que compartilham vivências semelhantes ou vínculos com os locais retratados. Ao mesmo tempo, o projeto contribui para o registro e a valorização de expressões visuais muitas vezes marginalizadas nos circuitos oficiais da arte e do design.

As possibilidades diversas de soluções visuais presentes nessas pinturas permitem delinear um conjunto de características da forma e aplicação em múltiplos suportes urbanos. Carvalho *et al.* (2023) afirma que o design vernacular é comumente empregado para se referir ao conhecimento e às práticas cotidianas e culturais de diferentes grupos sociais. Relacionamos assim, o design vernacular com as pinturas presentes no projeto *Hand Painted Brazil*, compreendendo que tais produções surgem como estratégias visuais em circuitos dissidentes ao discurso oficial do design.

Finizola (2010) enquanto teórica, enfatiza que o design com influência do vernacular é aquele que provém diretamente das tradições culturais de cada povo, que são passadas adiante, de geração em geração, de maneira informal. Dessa forma, visibilizamos a importância de estudos acerca do design vernacular com os estudos de memória gráfica. Os autores Farias e Braga (2018) denotam que o colecionismo digital enquanto suporte para a categoria de análise visual, é fenômeno crescente em países falantes de português e espanhol no século XXI, consistindo em coleções de imagens, acompanhadas por descrição e posterior análise. Esses estudos de memória gráfica buscam compreender os denominados artefatos gráficos, onde estes



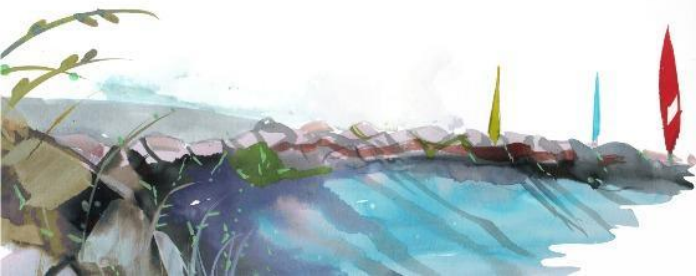
(...) desempenham um papel importante na vida cotidiana, por meio de nossas experiências comunicacionais e em nossas interações com o entorno urbano. Apesar da sua importância para a constituição de uma cultura visual que contribui para a elaboração de identidades coletivas, os estudos sobre a configuração de tais artefatos, em particular antes do estabelecimento do campo acadêmico e profissional do design, e especialmente nos países que importaram tradições de design do exterior, foram negligenciados por muitas décadas. (Farias e Braga, 2018, p. 11)

Os estudos de memória gráfica abrangem diferentes dimensões da linguagem visual no design, como tipografia, ícones, diagramação, cores, composições e outros elementos condicionados por localizações e temporalidades específicas. Farias e Braga (2018) indicam que grande parte dos artefatos gráficos não possui autoria identificada, o que direciona a pesquisa para os métodos de análise da linguagem visual e das técnicas empregadas em sua produção. Propõe-se, portanto, uma análise visual de elementos recorrentes nas pinturas populares documentadas pelo projeto *Hand Painted Brazil*, com foco nas configurações imagéticas adotadas nessas composições, compreendidas como resultado de práticas locais de produção gráfica.

### **Análise visual das pinturas populares no projeto *Hand Painted Brazil***

Para a elaboração da análise visual, foi examinada a página inicial do perfil *Hand Painted Brazil* no Instagram, considerando as publicações datadas desde 2018 até 2025. A partir desse levantamento, foram estabelecidas relações visuais com base na observação da recorrência de determinados elementos presentes nas pinturas. Identificaram-se, assim, algumas características frequentes: a) distorções de anatomia ou perspectiva isométrica; b) adaptação da imagem à superfície; c) uso de elementos de humor; d) antropomorfização de objetos inanimados e alimentos; e) releituras de obras de arte; f) releitura de personagens da indústria cultural.

As pinturas populares são comumente executadas em suportes urbanos diversos, como muros, paredes de estabelecimentos comerciais, colunas, portas e placas. Em



alguns casos, utilizam-se superfícies improvisadas, como pedaços de madeira ou chapas de PVC reaproveitadas, rochas, entalhes de madeira ou cinema entre outros. A escolha dos materiais e a localização das pinturas refletem uma ocupação visual direta do espaço urbano, associada à disponibilidade dos recursos e à função comunicativa da imagem.

As representações figurativas presentes nessas pinturas, incluindo figuras humanas, animais e objetos, demonstram distanciamento das convenções formais do desenho acadêmico, onde a figura humana, a exemplo, se perfaz a partir da proporção anatômica e da perspectiva isométrica. Existem indícios de uma aproximação ao realismo (Imagem 3), mas por vezes, resultam em composições desproporcionais ou com distorções visuais.



Imagem 3 – Montagem de pinturas com distorções isométricas, 9 cm x 15 cm. Fonte: Autores

Tais características não devem ser compreendidas como falhas, mas como formas próprias de representação, construídas por meio da adaptação e da variedade de traços e formas. Práticas expressivas que servem de marcadores da diversidade múltipla e constante presentes em nossas sociedades, que contrapõe-se aos



discursos globalizantes. A crítica de Nêgo Bispo (2023), oriunda dos quilombos em solo brasileiro é pertinente ao afirmar que,

Em vez de compreender o globo de forma diversal, como vários ecossistemas, vários idiomas, várias espécies e vários reinos, como dizem, quando eles falam em “globalizar”, estão dizendo “unificar”. Estão dizendo moeda única, língua única, mentes poucas. A globalização para os humanos não existe, o que existe para eles é a história do eurocentrismo - da centralidade, da unicidade. O que chamam de globalização é universalidade. Não no sentido que nós entendemos por universalidade, mas no sentido da unicidade. (Santos, 2023, p. 31)

Ainda sobre essa diversidade pulsante do design vernacular, marcada por práticas gráficas não institucionalizadas, Velloso *et al.* (2020) afirma que ele permite uma maior liberdade estética na sua criação. Sua valorização é fundamental para reconhecer e integrar saberes, enraizados nas práticas cotidianas de comunidades locais e que carregam consigo expressões que refletem seus modos de vida, materiais disponíveis, técnicas ancestrais e relações afetivas com o território.

Nota-se que as pinturas populares apresentam adaptações às condições específicas da superfície, considerando irregularidades, texturas, e limitações de espaço presentes ou elementos que sobrepõem a superfície dos suportes, tais como caixas de ar-condicionado, grandes ou janelas. Essa lógica de composição evidencia uma prática orientada por exigências de visibilidade e comunicação direta, mais do que por sistemas formais vinculados a convenções acadêmicas. As pinturas interagem com estruturas e objetos instalados nas paredes, o que revela uma atenção à superfície como fator determinante na organização visual, conforme pode ser vista na imagem 4. Tal abordagem indica modos de percepção e adaptação que operam segundo critérios situacionais e funcionais do espaço urbano.



# extremos

34º Encontro Nacional *anpap* FURG Rio Grande/RS



Imagem 4 – Montagem com pinturas adaptadas à superfície, 9cm x 15cm. Fonte: Autores

Outro elemento recorrente nas imagens analisadas, é o humor. Para Escarpit (1962) devemos compreendê-lo como uma vontade e ao mesmo tempo um meio de romper com o círculo dos automatismos que, mortalmente maternos, a vida simplesmente e a vida em sociedade cristalizam ao nosso redor como uma proteção ou uma mortalha. Sua presença é recorrente nalgumas pinturas, onde são representadas cenas inusitadas ou exageradas, como no caso de uma barata vestida com biquíni e salto alto (Imagem 5), recurso que busca atrair a atenção do público de maneira lúdica e provocativa. Outro exemplo que pode ser exemplificado na imagem 5 é a pintura de uma garrafa com o nome “Amor Próprio”, localizada no interior de um bar. A composição indica o uso do humor e de construções simbólicas como elementos recorrentes nas pinturas populares.



# extremos

34° Encontro Nacional *anpap* FURG Rio Grande/RS



Imagem 5 – Montagem com pinturas que adotam humor. 9cm x 15cm. Fonte: Autores

Observa-se também a presença de representações antropomorfizadas de objetos inanimados, como chaves, carimbos, cadeados, alimentos, frutas, legumes, animais e utensílios diversos. Esses elementos são retratados com feições humanas, adição de membros como braços e pernas, expressões faciais e posturas que simulam comportamentos humanos. Essa abordagem constitui uma estratégia visual de aproximação com o observador, favorecendo processos de reconhecimento e construção de vínculo e acolhimento. Na figura 6 é possível notar a antropomorfização de objetos inanimados e alimentos.



Imagem 6: Antropomorfização de objetos inanimados e alimentos, 9cm x 15cm. Fonte: Autores

Na imagem 7 a seguir, evidencia-se também a citação visual de obras consagradas da história da arte, como releituras do *Abaporu* (1928) de Tarsila do Amaral, *Monalisa* (1506) de Leonardo Da Vinci e *A Criação de Adão* (1512), de Michelangelo. Baliscei e Teruya (2015) enfatizam que antes da releitura, a leitura é um processo de aquisição de conhecimentos por meio da percepção, interpretação de signos percebidos na imagem. Nesse contexto, essas referências são adaptadas ao estilo e aos propósitos da pintura de fachada, revelando tanto conhecimento imagético por parte dos pintores quanto uma capacidade de ressignificação de repertórios visuais amplamente difundidos.



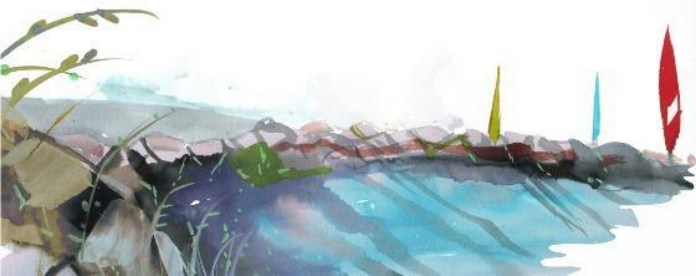
# extremos

34º Encontro Nacional *anpap* FURG Rio Grande/RS



Imagem 7 – Montagem de pinturas com releituras de obras de arte, 9cm x 15cm. Fonte: Autores

Outro aspecto identificado nas pinturas é a releitura de personagens da indústria cultural, inseridos em contextos distintos de suas narrativas originais. Na Figura 8, observa-se a representação de Thor em um ambiente de panificadora, o que modifica tanto o cenário quanto a função atribuída ao personagem. Situações semelhantes ocorrem com o personagem Hulk, representado como símbolo de uma lanchonete, e com Cebolinha, tradicionalmente associado ao público infantil, mas retratado segurando um copo de cerveja. Em outros casos, as pinturas também apresentam alterações nas cores e em características visuais dos elementos representados. De modo semelhante, logomarcas de empresas multinacionais, como a da Coca-Cola, são recriadas e adaptadas, assumindo novas configurações no contexto da comunicação visual local.



# extremos

34º Encontro Nacional *anpap* FURG Rio Grande/RS



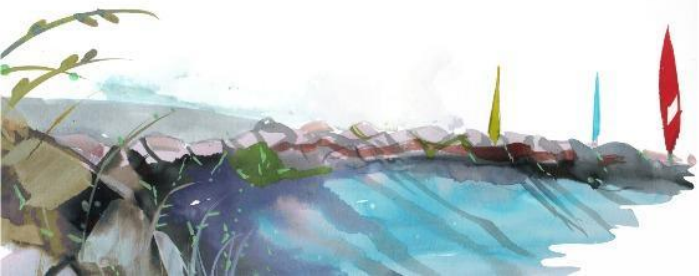
Imagem 8 – Montagem com personagens da indústria cultural, 9cmx 15cm. Fonte: Autores

Embora esses personagens sejam protegidos por direitos autorais, são frequentemente reinterpretados artisticamente de forma livre e criativa no contexto popular, como representação simbólica e ressignificação cultural. Nêgo Bispo (2023) nos oferece o entendimento de que a arte é a conversa das almas porque vai do indivíduo para o comunitarismo, pois ela é compartilhada. Esse compartilhamento imagético é também um exercício de contracultura para com a mercantilização da arte, atuando diretamente contra o *modus* operante do capitalismo dentro da indústria cultural, tecendo outras visualidades em territórios diversos.

## Hand Painted Brazil e outros modos de vida

Embora o discurso dentro da academia sobre o lugar do design pressuponha a vernacularidade como lugar da lógica de improviso, apropriação de recursos disponíveis e resolução funcional de demandas cotidianas. Partimos da compreensão de que essas pinturas populares se perpetuam como formas diversas de produção gráfica, e são evidenciadas em contextos não institucionalizados.

Dones (2004) enfatiza que o design popular, seu sinônimo, não deve ser visto como algo “menor”, marginal, mas como uma produção que utiliza um tipo de dialeto local



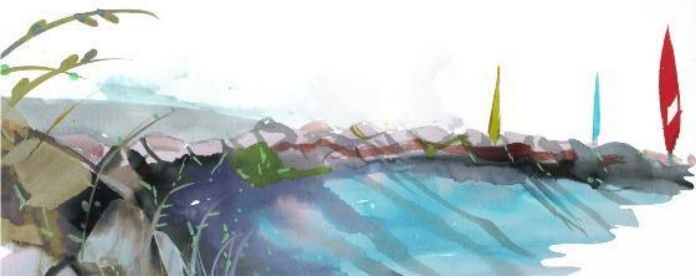
que reúne uma infinidade de linguagens visuais que remetem a culturas diferentes. Assim, partilhamos do entendimento de que estas pertencem a um campo de resistência estética e funcional frente à homogeneização promovida pela padronização do design industrial e comercial, revelando outros modos de operações nestes territórios.

A circularidade da economia criativa nesses contextos, mostra-se como campo possível de análise, onde emprega-se o sujeito fazedor dessas pinturas ao invés de capitalizarem empresas gráficas. Gloss (2017), aponta que esse movimento compreende setores cujo insumo principal é a criatividade, a atuação é

(...) gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico. A Economia Criativa está também associada aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) no que tange à participação de comunidades em formas organizativas e de governança diferenciadas, bem como em produções econômicas de pequeno porte inseridas na dinâmica criativa que fomenta a sustentabilidade e a inclusão econômica e social. (Gloss, 2017, p. 351)

Ao integrarmos práticas tradicionais e expressões locais ao contexto da economia criativa, permitimos a autonomia e reconhecimento dos potenciais existentes como motores de desenvolvimento social, cultural e econômico. A cooperação entre economia e a circulação desses bens simbólicos, refletem a diversidade dos territórios, reposicionando o design vernacular como linguagem viva, contemporânea e inovadora. Promove-se assim, a geração de trabalho e a autonomia financeira desses fazedores culturais.

Castro e Hoffman no livro “Pintores de Letras” (2025) evidenciam as potencialidades da economia criativa e seus reflexos na vida de letristas em Santa Catarina. Trata-se de trajetórias sustentadas pelos rendimentos gerados a partir da produção de artefatos gráficos como pinturas de fachadas, placas, faixas e cartazes.



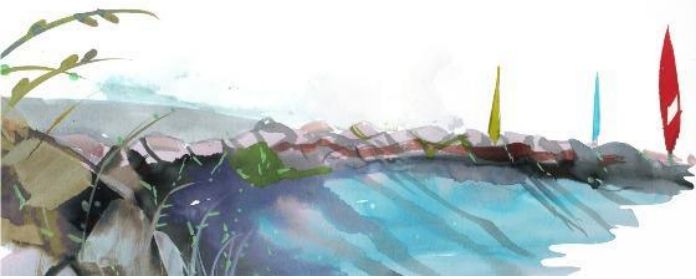
Valorizar a criatividade das pinturas populares como forma de autonomia contracultural, é reconhecer suas possibilidades enquanto alternativas em contextos periféricos, onde indivíduos e comunidades explorem suas habilidades criativas - seja na arte, no artesanato, no design, ou expressões culturais diversas - , abrindo-se caminhos para modelos econômicos mais justos, baseados na originalidade, identidade e autorrepresentação. Perpetuando-se assim, como estratégia de fortalecimento de redes locais o reconhecimento da pintura popular como cultura e ativo econômico simbólico de grande valor.

Decorrente dessa interação, os sujeitos que perpetuam atuação direta ou indireta para com o projeto *Hand Painted Brazil*, realizam um esforço pela valorização da criatividade presente nessas pinturas populares. Os olhares que capturam essas manifestações em meio às dinamicidades do cotidiano, requerem sensibilidade e atenção, assim como o fazer curatorial do projeto, em compartilhar essas imagens, que configura-se como processo relevante para os estudos da memória gráfica brasileira. A simbiose existente entre os usuários nas mídias digitais, revelam ideais de pertencimento e de valorização destas expressões visuais, que emergem fora dos circuitos oficiais da arte e do design em direção a outros modos de vida.

## **Considerações Finais**

As permanências em contextos de marginalização cultural ou econômica, nos inclinam a interpretar tais pinturas como formas visuais de resistência e afirmação identitária, sendo proeminentes alternativas às narrativas publicitárias hegemônicas. Destarte, balizam uma variedade em expressividades, em cores e traços, que por vezes são elaboradas por mestres e aprendizes de modo não formal, revelando uma estética particular e com ligação direta ao ambiente.

Celebrar o design vernacular é um gesto de resistência contra a homogeneização cultural e uma afirmação de que inovação também nasce da tradição, da oralidade, da coletividade e das expressões sensíveis criativas de povos historicamente



marginalizados. Torna-se cada vez mais necessário dentro de espaços acadêmicos o debate acerca destas outras epistemologias, outros modos de vida e outras percepções artísticas.

Ao investigarmos as práticas existentes do design vernacular catalogadas pelo *Hand Paint Brazil*, evidenciamos e valorizamos conhecimentos que tradicionalmente foram excluídos dos sistemas formais do design. Denotamos que estas práticas são indicativas de soluções desenvolvidas em contextos que constroem pontes entre o saber popular e as inovações sociais. Com bases interdisciplinares, estudos assim, podem auxiliar em ações mais equitativas dentro e fora dos âmbitos acadêmicos, reconhecendo que o futuro de áreas como o design e as artes, perpassam por novas leituras, reconhecimento e valorização das práticas sensíveis locais e comunitárias.

## Referências

BALISCEI, João Paulo; TERUYA, Teresa Kazuko. (Res)significando imagens: práticas de leituras e releituras no ensino de arte. *Revista Educação e Linguagens, Campo Mourão*, v. 4, n. 6, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://sumarios.org/artigo/ressignificando-imagens-praticas-de-leituras-e-releituras-no-ensino-de-arte>. Acesso em: 05/03/2025

CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2008.

CARVALHO, Mariana Moreira; MARTINEZ, Amalia Kusiak; NETTO, Otto Guerra; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves de; VIEIRA, Milton Luiz Horn. Gambiarra também é design? Uma abordagem sistêmica do design acadêmico e o vernacular. *NAVA – Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens*, v. 9, n. 1, p. 23–43, dez. 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/index.php/nava/article/view/41881>. Acesso em: 19/03/2025.

CASTRO, Nicole; Hoffmann, Rafael - *Pintores de letras: uma viagem pela cultura popular e memória gráfica de Santa Catarina*. Criciúma, SC. Ed. dos Autores, 2025

DONES, Vera Lúcia. As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica. In: *P&D. – VI Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, 2004. Disponível em: [https://memoriapeddesign.com.br/articles/as\\_apropriacoes\\_do\\_vernacular\\_pela\\_comunicacao\\_grafica](https://memoriapeddesign.com.br/articles/as_apropriacoes_do_vernacular_pela_comunicacao_grafica). Acesso em: 05/03/2025

ESCARPIT, Robert. *El humor*. Tradução de Delfín Leocadio Garasa. Buenos Aires: Editorial Universitária de Buenos Aires, 1962. (Lectores de Eudeba, v. 24).



FINIZOLA, Maria de Fátima Waechter. Panorama tipográfico dos letreiramentos populares: Um estudo de caso na cidade do Recife. 2010. 145 f. Dissertação (Mestrado, Curso de Pós-Graduação em Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3222>. Acesso em: 10/03/2025

GLOSS, Liziane; ROCHA DE OLIVEIRA, Sidinei. Economia Criativa e Territórios Usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. Cadernos EBAPE.BR FGV, v. 15, nº 2, Artigo 9, Rio de Janeiro, Abr./Jun .2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/tV3J4mY9dfGvqcP7FHcbTSj/abstract/?lang=pt> Acesso em .21/04/25

HSUAN-AN, Tai. Design: Conceitos e métodos. São Paulo: Blucher, 2018.

MAIS GOIÁS. Perfil no Instagram reúne pinturas inusitadas em muros pelo Brasil. Disponível em: <https://www.maisgoias.com.br/entretenimento/perfil-no-instagram-reune-pinturas-inusitadas-em-muros-pelo-brasil-veja-fotos/>. Acesso em: 24/11/24

SANTOS, Antônio Bispo dos. A terra dá, a terra quer. São Paulo: Ubu Editora/PISEAGRAMA, 2023.

VELLOSO, Cecília Teixeira *et al.* Behaviorismo Vernacular e os Tamancos de Carmen Miranda. Triade, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 63-73, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/index.php/triades/article/view/42870>. Acesso em: 05/03/25

## Notas

---

<sup>i</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CrJnaTtPK8o/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrJnaTtPK8o/?img_index=1). Acesso em: 06/05/2025

<sup>ii</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/DHwcGY6Phhk/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DHwcGY6Phhk/?img_index=1). Acesso em: 05/03/2025