

A técnica de impressão como vetor de significado em cartazes

La técnica de impresión como vector de significado en los carteles

The printing technique as a vector of meaning in posters

Daniela Bianchini Mattos. Célio Teodorico dos Santos, Dr. Giselle Schmidt Alves Diaz Merino, Dra.

design gráfico, técnicas de impressão, cartaz, semântica, comunicação visual

A evolução das técnicas de impressão foi determinante para a consolidação do cartaz como meio de comunicação visual na sociedade industrial, possibilitando sua ampla disseminação. Três técnicas de impressão foram mais expressivas em contextos históricos e socioculturais específicos: xilografia, litografia e serigrafia. Essa pesquisa investiga como esses contextos influenciam os atributos simbólicos percebidos nos cartazes. A pesquisa, teórica e empírica, combinou revisão bibliográfica e abordagem quantitativa por questionários. Os resultados indicam que cada técnica imprime camadas simbólicas à mensagem, afetando a percepção do público.

diseño gráfico, técnicas de impresión, cartel, semántica, comunicación visual

La evolución de las técnicas de impresión fue determinante para la consolidación del cartel como medio de comunicación visual en la sociedad industrial, permitiendo su amplia difusión. Tres técnicas de impresión fueron más expresivas en contextos históricos y socioculturales específicos: xilografía, litografía y serigrafía. Este estudio investiga cómo estos contextos influyen en los atributos simbólicos percibidos en los carteles. La investigación, teórica y empírica, combinó revisión bibliográfica y un enfoque cuantitativo a través de cuestionarios. Los resultados indican que cada técnica imprime capas simbólicas en el mensaje, afectando la percepción del público.

graphic design, printing techniques, poster, semantics, visual communication

The evolution of printing techniques was crucial for the establishment of the poster as a means of visual communication in industrial society, enabling its widespread dissemination. Three printing techniques were more expressive in specific historical and sociocultural contexts: woodcut, lithography, and screen printing. This study investigates how these contexts influence the symbolic attributes perceived in posters. The research, both theoretical and empirical, combined a literature review and a quantitative approach through questionnaires. The results indicate that each technique adds symbolic layers to the message, affecting audience perception.

1 Introdução

Para que a comunicação ocorra, são necessários emissor (quem emite a informação), mensagem (que pode ser visual, sonora, verbal ou de outra natureza), meio de propagação (como o ar, no caso da fala, ou suporte material, no caso do cartaz), receptor (quem recebe a informação) e um repertório compartilhado de signos¹ e significados², como linguagem, cultura ou referências, entre emissor e receptor (Dondis, 1997). Assim, quanto mais camadas de significados compartilhadas, mais eficaz e rica é a comunicação.

Referências históricas e socioculturais são elementos originados de contextos passados e aspectos culturais de uma sociedade que influenciam a forma como a informação é transmitida e interpretada (Santaella & Nöth, 1998; Krippendorff, 2006). Essas referências podem incluir estilos artísticos, gírias, movimentos culturais, eventos históricos, símbolos e valores. A semântica³ estuda esses significados, investiga construção e interpretação das mensagens, considerando conteúdo verbal, visual e aspectos contextuais (Dondis, 1997; Santaella & Nöth, 1998).

No design de cartazes, elementos como traços, formas, cores e composição, estruturam a comunicação e podem evocar memórias, sensações e associações simbólicas, influenciando percepção e experiência do espectador (Dondis, 1997; Krippendorff, 2006). Nesse raciocínio, técnicas de impressão, processos gráficos utilizados para reproduzir imagens e textos em diferentes suportes, podem ser abordadas como vetores de significados, considerando que xilografia, litografia e serigrafia imprimem resultados gráficos distintos que influenciam a interpretação da mensagem (Meggs, 2009).

Da mesma forma, contextos históricos e socioculturais em que essas técnicas surgiram ou tiveram maior proeminência influenciam a forma como os cartazes são percebidos, estabelecendo conexões entre materialidade da informação e significados compartilhados, como, por exemplo: xilografia e literatura de Cordel, litografia e *Art Nouveau*, serigrafia e *Pop Art* (Dondis, 1997; Barnicoat, 2000; De Menezes, 2010; Massey & Seago, 2018). Dessa forma, a técnica, além de possibilitar diferentes resultados gráficos, funciona como referente, no momento em que as pessoas identificam, na peça, contextos específicos. Essas associações, recorrentes no discurso visual, são discutidas de forma consistente na literatura especializada. De Menezes (2010) analisa o uso expressivo da xilografia na literatura de Cordel como manifestação gráfica de um fazer manual, da cultura popular brasileira. Barnicoat (2000) demonstra como a litografia foi amplamente adotada por artistas no *Art Nouveau* para explorar possibilidades estilísticas e cromáticas. Hollis (2001), Massey e Seago (2018) ressaltam o protagonismo da serigrafia na *Pop Art* e em movimentos de contracultura.

¹ De acordo com Santaella (1983), para Charles Peirce, por signo se entende um objeto material chamado significante e que interessa não por suas propriedades materiais, mas como algo a que corresponde um investimento semântico, o significado.

² Ramalho e Oliveira (1998) expõe que o linguista dinamarquês Louis Hjelmslev articulou o conceito de expressão e conteúdo, onde expressão é tudo que nosso olho percebe numa imagem (os elementos que a constituem e o modo que esses elementos inter-relacionam-se), e conteúdo o significado (resultado do que está no plano da expressão).

³ A semântica estuda as "mudanças ou translações sofridas, no tempo e no espaço, pela significação das palavras [...] a relação de significação nos signos e a representação do sentido dos enunciados" (Ferreira, 1988, p. 592). É um termo da lingüística que atualmente se aplica também aos estudos relativos à significação na imagem.

No Campo do Design da Informação, que visa garantir a efetividade da comunicação ao facilitar os processos de percepção, leitura, compreensão, memorização e uso da informação, têm-se intensificado as discussões sobre a influência da materialidade na construção de sentido da mensagem (Frascara, 2004). A fim de colaborar com o tema, essa pesquisa investiga o impacto que diferentes técnicas de impressão de cartazes exercem sobre a percepção do espectador, identificando os atributos simbólicos associados a cada uma.

Inserida no eixo temático "Comunicação e Mídias", essa pesquisa contribui para o Campo do Design ao demonstrar que escolhas técnicas não são neutras, mas decisões que podem ampliar expressividade e eficácia comunicativa.

2 Referencial teórico

Design gráfico e técnicas de impressão

Design gráfico, segundo Villas-Boas (1999), é uma prática profissional voltada ao ordenamento estético-formal de peças gráficas destinadas à reprodução com finalidade comunicacional. O designer gráfico, portanto, organiza elementos textuais e não textuais para construir mensagens eficazes.

A evolução do Campo está diretamente relacionada ao desenvolvimento das técnicas de impressão, que não apenas viabilizam a reprodução das peças gráficas, mas também influenciam a organização e a interpretação dos elementos nelas contidos. Drucker (1994) discute como tecnologias moldam as formas de tornar o design algo físico, concreto, afetando aspectos como legibilidade, disseminação e compreensão dentro de determinados contextos históricos e socioculturais. A materialidade da informação, assim, afeta sua recepção e interpretação. A escolha dos processos gráficos define características como textura e acabamento das peças visuais, influenciando sua relação com o espectador (Meggs, 2009).

Técnicas de impressão

Técnica de impressão é o método utilizado para transferir tinta, ou outro pigmento, de uma matriz (superfície que contém a imagem a ser impressa) para um suporte. Ao longo da história, diferentes técnicas marcaram a comunicação visual e a reprodução de imagens. Na xilografia a matriz é a madeira entalhada em relevo, na litografia é a pedra calcária tratada quimicamente e na serigrafia é a tela com áreas bloqueadas que controlam a passagem da tinta (Meggs, 2009).

Xilografia

A xilografia é um dos mais antigos métodos de impressão conhecidos, com registros indicando sua origem na China por volta do século VI. Na Europa, a técnica difundiu-se pela ilustração de livros e produção de folhetos populares (Meggs, 2009).

No Brasil, de acordo com De Menezes (2010), a xilografia se consolidou no início do século XX, especialmente no Nordeste, onde se tornou elemento essencial da literatura de Cordel. Introduzida a partir da tradição europeia, segundo o autor, a técnica adquiriu características

próprias no país, sendo empregada para ilustrar folhetos que narravam histórias de cunho religioso, épico e cotidiano.

Inicialmente, os folhetos de Cordel brasileiros eram impressos com tipos móveis, mas, com o tempo, passaram a incorporar xilogravuras, consolidando um estilo singular amplamente difundido por artistas como Abraão Batista e J. Borges, que ajudaram a transformar a técnica em símbolo da cultura popular (De Menezes, 2010).

Seu processo, que envolve gravação em madeira e impressão por relevo, confere a cada peça caráter único, que valoriza sua autenticidade e preserva uma identidade gráfica distinta, marcada por traços fortes e contrastes acentuados (Meggs, 2009). Sua estética carregada de imperfeições e marcas do entalhe torna-se, paradoxalmente, sua principal força expressiva, valorizando a manualidade da técnica.

Litografia

A litografia, desenvolvida em 1798 por *Alois Senefelder*, revolucionou as artes gráficas ao permitir a reprodução de imagens detalhadas com maior rapidez e menor custo (Barnicoat, 2000). Diferente da xilografia, que exige entalhes em relevo, essa técnica baseia-se na repulsão química entre água e gordura, possibilitando a criação de imagens mais fluidas e detalhadas (Meggs, 2009).

Segundo Hollis (2001), no final do século XIX, a litografia foi amplamente adotada por artistas do movimento *Art Nouveau* na Europa, que exploraram suas possibilidades cromáticas e estilísticas para criar cartazes icônicos. O autor explica que a técnica foi essencial na consolidação do design gráfico como meio de comunicação visual acessível e eficiente, pois permitiu a difusão de imagens em grande quantidade sem comprometer a qualidade estética.

Além de contribuir para a publicidade e a arte, a litografia impactou significativamente a construção da identidade visual moderna. Sua combinação entre sofisticação técnica e viabilidade comercial fez da litografia marco na evolução dos processos gráficos (Meggs, 2009).

Serigrafia

A serigrafia, explica Meggs (2009), destaca-se por sua flexibilidade e capacidade de explorar sobreposições, transparências e texturas. Seu processo que, de acordo com a autora, envolve passagem de tinta através de telas vazadas, permite aplicação de cores vibrantes e acabamento que varia entre opaco e translúcido, conferindo profundidade às composições.

Essa técnica tornou-se meio expressivo para diversos movimentos, que exploraram suas possibilidades gráficas para criar obras de forte impacto visual. No contexto urbano e na arte *Pop*, a serigrafia teve seu auge na segunda metade do século XX. De acordo com Massey e Seago (2018), nos anos 1950 e 1960, a técnica ganhou destaque ao ser amplamente utilizada por artistas como Andy Warhol e Roy Lichtenstein, que reconheceram em sua capacidade de reprodução em série, combinada a cores vibrantes e alto contraste, o meio ideal para expressar a cultura de consumo e a estética publicitária daquele período.

Nas décadas de 1960 e 1970, a serigrafia se tornou ferramenta expressiva da contracultura, sendo adotada por movimentos como o *hippie* e o *punk* (Hollis, 2001). A simplicidade técnica e o baixo custo de reprodução possibilitaram o uso coletivo e descentralizado das artes gráficas, transformando a serigrafia em meio de afirmação identitária e expressão política nos circuitos alternativos (Massey & Seago, 2018).

Assim, ao possibilitar a reprodução de imagens com forte apelo estético, a baixo custo e com recursos acessíveis, alinhando-se à estética do “faça você mesmo” característica da contracultura, a serigrafia consolidou-se como um dos principais meios gráficos em contextos urbanos, jovens e alternativos (Hollis, 2001).

Cartaz, suporte da informação

Moles (1974, p. 36) destaca o valor documental do cartaz ao afirmar que “a história de um país se traduz em seus cartazes: história política, história cotidiana, história econômica”.

O cartaz é uma peça gráfica que combina imagem e texto para divulgar informações, eventos ou produtos. Sua consolidação ocorreu no final do século XIX, favorecida pelos avanços técnico-artísticos dos processos de reprodução gráfica.

A expansão dos centros urbanos e o crescimento das trocas comerciais, impulsionados pela industrialização, levaram à adoção do cartaz como meio eficaz de comunicação em massa (Barnicoat, 2000). Segundo Moles (1974), no contexto urbano, os cartazes publicitários estimulam o desejo de compra, enquanto os de propaganda têm função informativa, podendo promover produtos ou serviços sociais sem fins lucrativos.

Semântica e comunicação visual

O estudo da semântica, no Campo da Comunicação Visual, desempenha função central ao analisar a forma como mensagens são percebidas e interpretadas. Mais do que meio de transmissão de informações, a comunicação visual pode sugerir narrativas e evocar emoções, criando experiências ricas e significativas para o receptor.

Nesse sentido, a escolha do método de impressão, assim como dos elementos gráficos, como cores, tipografia, formas e composição, não deve ser neutra; cada decisão deve ser tomada com intencionalidade, pois tem potencial de influenciar a percepção da mensagem (Frascara, 2004). Outro aspecto relevante é o contexto em que a comunicação visual está inserida. A interpretação de um símbolo, por exemplo, pode variar de acordo com a cultura e o repertório do espectador.

Krippendorff (2006) ressalta que design deve ser compreendido como uma prática em que cada escolha estética e material influencia a percepção do receptor. Trata-se de uma mudança de foco na forma como entendemos e abordamos design, destacando a importância do significado e da interpretação.

3 Perspectiva teórico-metodológica

Essa pesquisa foi fundamentada no Campo do Design da Informação, com ênfase na relação entre design gráfico, técnicas de impressão, cartaz, semântica e comunicação visual. O referencial teórico baseou-se em autores como Moles (1974), Dondis (1997), Hollis (2001), Frascara (2004), Krippendorff (2006), Meggs (2009), De Menezes (2010), Massey e Seago (2018), que discutem processos gráficos, evolução do cartaz como meio de comunicação e aspectos simbólicos da mensagem. A articulação entre esses aportes forneceu a base conceitual que orientou a análise e sustentou o percurso metodológico adotado.

Definiu-se cartaz como meio de comunicação visual que combina imagem e texto para transmitir mensagem de forma impactante, considerando aspectos estéticos, simbólicos e contextuais (Dondis, 1997; Krippendorff, 2006) e suporte gráfico voltado ao estímulo do desejo e carregado de apelo comercial, que explora recursos para atrair público e incentivar consumo (Moles, 1974).

A metodologia adotada combinou abordagem teórica e empírica, estruturada em duas etapas complementares. A primeira consistiu em revisão bibliográfica, que contextualizou historicamente as técnicas de impressão e sua relação com os cartazes. A pesquisa abordou períodos em que xilografia, litografia e serigrafia tiveram protagonismo na produção de cartazes, considerando seus impactos socioculturais, como suas influências em movimentos artísticos, na propaganda e na comunicação visual de massa (Hollis, 2001). As três técnicas de impressão foram selecionadas para a pesquisa devido à relevância que tiveram na evolução dos cartazes e na linguagem gráfica como um todo. A segunda etapa compreendeu investigação empírica, conduzida por meio de teste semântico, cujos detalhes conceituais e metodológicos são apresentados na seção dedicada ao desenho da pesquisa.

Os resultados de campo foram organizados e interpretados em diálogo com o referencial teórico, possibilitando reflexão sobre como as técnicas de impressão influenciam a percepção e a construção de significado nos cartazes.

4 Desenho da pesquisa

A pesquisa foi conduzida por meio de revisão bibliográfica e investigação empírica de caráter exploratório. Esta última consistiu na aplicação em campo de um teste semântico elaborado pela pesquisadora com base em estímulos visuais, buscando mapear atributos simbólicos percebidos em diferentes grupos de cartazes, a partir das particularidades de três técnicas de impressão: xilografia, litografia e serigrafia. O instrumento foi aplicado, no segundo semestre de 2024, a estudantes da 4ª fase da graduação em Design Gráfico e da pós-graduação em Design, pertencentes à mesma instituição pública de ensino superior.

A amostra foi selecionada por conveniência, considerando que os participantes tinham contato prévio com temas relacionados ao Design. Essa amostra foi composta por 24 (vinte e quatro) participantes voluntários, que analisaram individualmente três imagens, cada uma

ilustrando uma das técnicas de impressão citadas. O instrumento de coleta de dados foi acessado anonimamente pelos alunos via *Google Forms* por meio de *QR-code*.

Teste semântico

O termo “teste semântico”, no contexto dessa pesquisa, designa o questionário de múltipla escolha, instrumento aplicado em campo com o intuito de identificar os sentidos atribuídos pelos receptores aos cartazes analisados. Diferentemente de avaliações centradas na verificação das intenções do designer ou na aferição de competências interpretativas dos usuários, o foco recai sobre os significados percebidos pelos espectadores a partir do conteúdo visual apresentado (Santaella & Nöth, 1998).

A abordagem adotada nesta pesquisa apoia-se em Dondis (1997), ao compreender a linguagem visual como uma estrutura portadora de significados simbólicos, constituída por elementos como forma, cor, ritmo e composição; em Krippendorff (2006), ao conceber o design como um processo de construção de sentido que se realiza na interação entre artefato e observador, e não apenas na etapa de concepção; e em Santos (2009), ao propor estratégias empíricas para investigar como signos visuais acionam repertórios interpretativos no momento da recepção.

Com base nessas teorias, foi elaborado o instrumento de campo, que operou como ferramenta analítica evidenciando relações simbólicas que emergem da experiência visual. A lista de atributos adotados, como “artesanal”, “jovem”, “expressivo”, entre outros, foi desenvolvida a partir dos estudos de Santos, 2009. Buscou-se coerência com o referencial teórico adotado.

Os participantes avaliaram três imagens (uma para cada técnica de impressão), projetadas em sala de aula, e selecionaram adjetivos simbólicos que melhor representavam cada cartaz. As imagens foram produzidas com base em elementos visuais típicos de cada técnica, como textura, contraste e composição, considerando descritores técnicos encontrados na literatura especializada (Neto, 1997; Barnicoat, 2000; Meggs, 2009; De Menezes, 2010).

A exibição das imagens elaboradas pela autora, com cartazes, respectivas técnicas e matrizes de impressão (figuras 1, 2 e 3), ocorreu em ambiente controlado, utilizando projeção em sala de aula.

Figura 1: Técnica de impressão: Xilografia. Imagem elaborada pela autora para o teste semântico aplicado em campo, 2024.



Figura 2: Técnica de impressão: Litografia. Imagem elaborada pela autora para o teste semântico aplicado em campo, 2024.



Figura 3: Técnica de impressão: Serigrafia. Imagem elaborada pela autora para o teste semântico aplicado em campo, 2024.



Os participantes avaliaram as imagens e selecionaram entre “extravagante”, “barato”, “formal”, “sujo”, “forte”, “jovem”, “artesanal”, “exclusivo”, “informal”, “comum”, “emocional”, “elegante”, “maduro”, “industrial”, “masculino”, “amigável”, “rústico”, “funcional”, “artístico”, “feminino”, “orgânico”, “careta”, “expressivo”, “retrô”, “tedioso”, “triste”, “robusto”, “contemporâneo”, “divertido”, “clássico”, “despojado”, “transgressor”, “alegre” e “popular” os atributos simbólicos que consideravam mais representativos em cada. Adotou-se o termo “atributo simbólico” por se referir, no contexto da semântica, ao significado subjetivo e culturalmente construído que se atribui à imagem. A abordagem encontra respaldo em autores como Krippendorff (2006), Norman (2008) e Santos (2009) ao conceberem design como prática na qual objetos podem evocar valores simbólicos, ultrapassando suas funções operacionais ou materiais.

Cada turma teve 30 minutos para a realização da atividade, garantindo condições padronizadas de exposição e resposta.

Amostra

A amostra foi composta por 24 estudantes vinculados à 4ª fase da graduação em Design Gráfico e ao programa de pós-graduação em Design de uma universidade pública. A seleção ocorreu por conveniência, considerando o contexto institucional no qual a pesquisa foi desenvolvida. Os participantes estavam inseridos em trajetórias formativas específicas e tinham familiaridade conceitual e prática com os temas abordados na pesquisa, especialmente no que diz respeito à construção de sentido visual e à materialidade no design.

Os alunos de pós-graduação em Design estavam matriculados na disciplina “Design e Requisitos de Linguagem”, ministrada no segundo semestre de 2024, e tinham conhecimento dos conceitos semânticos no Campo do Design por meio de leitura e discussão do livro *The Semantic Turn* (Krippendorff, 2006) e atividade pedagógica com aplicação de teste semântico proposta na disciplina, cujos procedimentos metodológicos guardam relação com a estrutura do questionário aplicado nessa pesquisa. Os estudantes da graduação, da 4ª fase de Design Gráfico, embora em estágio formativo menos avançado, possuíam familiaridade com os fundamentos de semiótica visual e dos processos de produção gráfica, por serem temas abordados no currículo regular do curso.

Análise

A análise dos dados seguiu abordagem quantitativa, mapeando os atributos simbólicos mais frequentemente associados a cada grupo de cartazes. A partir dessas informações, foi possível identificar padrões de percepção entre os participantes e avaliar se os aspectos gráficos e particularidades de cada técnica de impressão influenciaram sua interpretação. Os resultados também permitiram estabelecer diálogo crítico com o referencial teórico, aprofundando a compreensão sobre a influência dos processos gráficos na construção de significados e na experiência perceptiva.

Limites da pesquisa

A amostragem por conveniência impõe limites à validade externa dos resultados, impedindo sua generalização. No entanto, essa estratégia é metodologicamente pertinente em pesquisas iniciais voltadas ao mapeamento de padrões perceptivos, desde que haja clareza sobre o critério de seleção e os vínculos dos participantes com o objeto investigado, conforme argumentam Gil (2008) e Marconi e Lakatos (2010).

5 Resultados

A pesquisa de campo teve como objetivo identificar os atributos simbólicos mais fortemente associados às técnicas de impressão: xilografia, litografia e serigrafia. Os participantes avaliaram cartazes impressos por cada uma e selecionaram, em um questionário de múltipla escolha, denominado “teste semântico”, os atributos que consideravam mais representativos.

Os resultados, sistematizados nos gráficos 1, 2 e 3 (figuras 4, 5 e 6, respectivamente), revelam tendências perceptivas distintas, onde:

- Gráfico 1 (figura 4) | Técnica de impressão, cartazes e matriz de xilografia: dos participantes, 95,8% associaram os cartazes impressos em xilografia ao atributo “artesanal” e 83,3% a classificaram como “artístico”.
- Gráfico 2 (figura 5) | Técnica de impressão, cartazes e matriz de litografia: os cartazes em litografia foram identificados como “artístico” e “elegante”, igualmente, por 75% dos respondentes.

- Gráfico 3 (figura 6) | Técnica de impressão, cartazes e matriz de serigrafia: no caso dos cartazes em serigrafia, os atributos mais selecionados foram “jovem” (83,3%) e “expressivo” (70,8%).

Figura 4: Gráfico (1) das respostas referentes aos cartazes impressos pela técnica de xilografia. Imagem gerada pelo *Google Forms*.

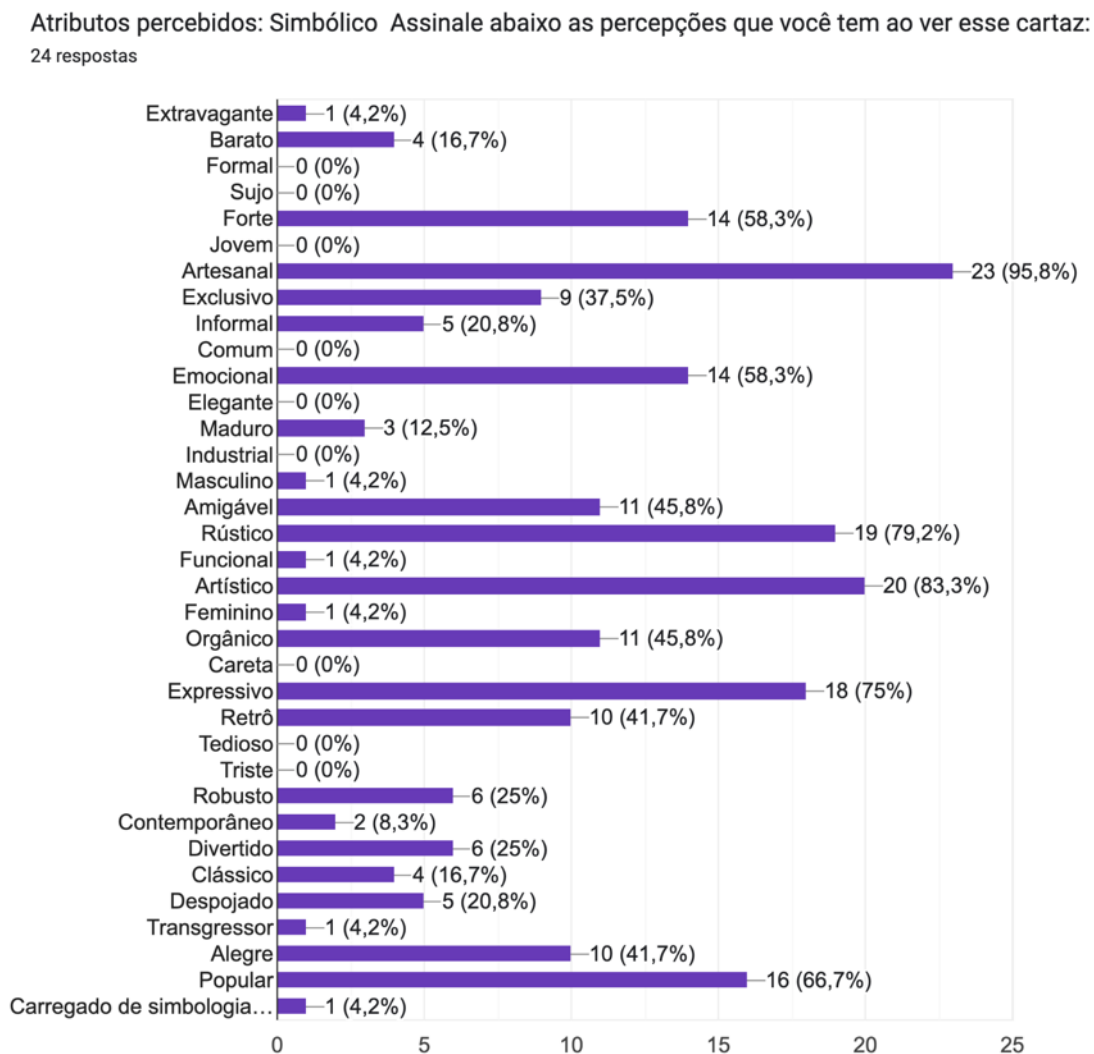


Figura 5: Gráfico (2) das respostas referentes aos cartazes impressos pela técnica de litografia. Imagem gerada pelo Google Forms.

Atributos percebidos: Simbólico Assinale abaixo as percepções que você tem ao ver esse cartaz:
24 respostas

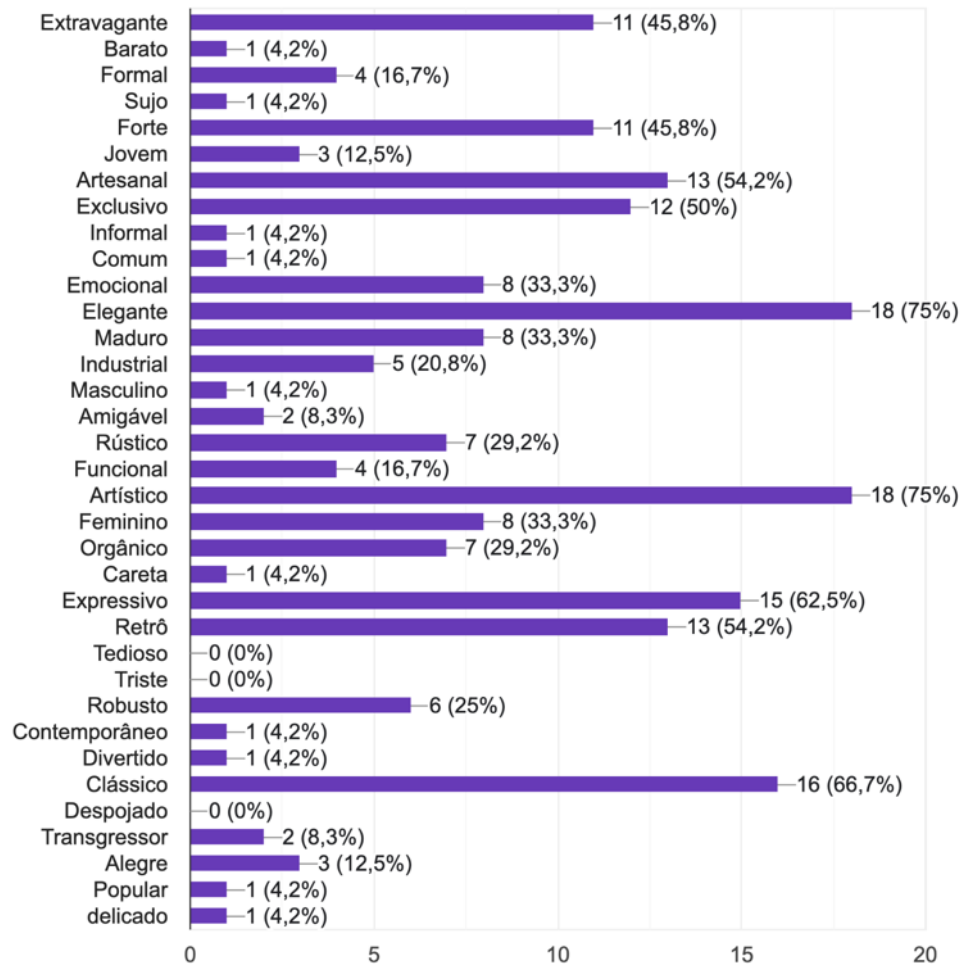
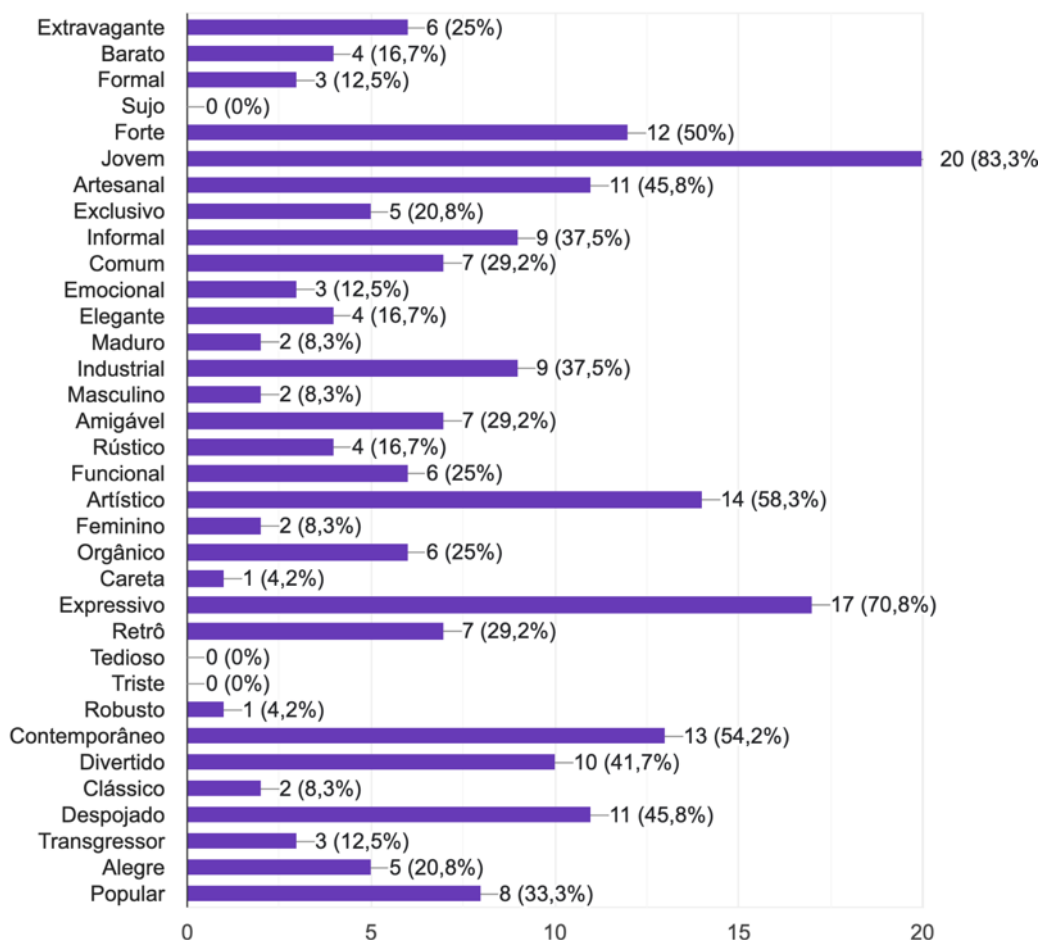


Figura 6: Gráfico (3) das respostas referentes aos cartazes impressos pela técnica de serigrafia. Imagem gerada pelo Google Forms.

Atributos percebidos: Simbólico Assinale abaixo as percepções que você tem ao ver esse cartaz:
24 respostas



Os dados indicam que os participantes identificaram, nos elementos gráficos próprios de cada técnica, como textura, acabamento e composição, sinais visuais capazes de evocar as conexões previstas no referencial teórico. Ainda que a amostra não permita generalizações estatísticas, os resultados obtidos oferecem pistas relevantes sobre os modos como diferentes processos gráficos podem contribuir para a construção simbólica no design de cartazes.

6 Discussão

A revisão bibliográfica apontou que design gráfico é uma prática em que escolhas estéticas e técnicas se articulam na construção de uma linguagem visual rica em significados.

Em campo, observou-se, que cartazes impressos por diferentes técnicas foram associados a percepções distintas por parte dos receptores da mensagem (tabela 1).

Tabela 1: Resumo elaborado pela autora, 2025.

Técnica de impressão	Contexto histórico e sociocultural em que a técnica foi mais expressiva (levantado na revisão bibliográfica)	Principais características gráficas dos impressos nessa técnica (levantado na revisão bibliográfica)	Os dois atributos mais considerados para cada imagem (levantado em campo)
Xilografia	Poesia de Cordel	Imperfeições e marcas do entalhe	"artesanal" e "artístico"
Litografia	<i>Art Nouveau</i>	Imagens detalhadas e fluidas	"artístico" e "elegante"
Serigrafia	<i>Pop Art</i> e movimentos de contracultura	Sobreposições, transparências e texturas	"jovem" e "expressivo"

Como mostra a tabela 1, na xilografia a associação com os atributos “artesanal” e “artístico” reflete sua herança visual ligada à produção manual e cultura popular. Correlação abordada na revisão bibliográfica com base em Meggs (2009) e De Menezes (2010), que destacam o valor expressivo das imperfeições da técnica como marcas de autenticidade.

A litografia evocou percepções de “elegante” e “artístico”, em consonância com seu uso histórico no movimento *Art Nouveau* e sua capacidade de produzir impressões refinadas. Conforme exposto com base em Hollis (2001) e Barnicoat (2000), essa técnica contribuiu para o desenvolvimento de uma linguagem visual fluida e com traços finos.

A serigrafia, associada à “jovem” e “expressivo”, remete à estética urbana da contracultura e sua aplicação em manifestações visuais alternativas, como fundamentado por Hollis (2001), Massey e Seago (2018).

Conforme exposto por Krippendorff (2006) na revisão bibliográfica, é importante reconhecer que as associações simbólicas atribuídas às imagens são construções sociais e históricas. Dessa forma, a percepção dos cartazes analisados resultou da intersecção entre suas propriedades formais e os significados evocados nos observadores. Os repertórios individuais dos participantes, portanto, constituíram parte dessa experiência interpretativa. Ainda que a amostra desta pesquisa composta por indivíduos com formação acadêmica específica tenha limitado uma caracterização mais detalhada dos repertórios individuais, os padrões identificados indicam que as particularidades de cada técnica de impressão mantêm coerência com os fundamentos teóricos apresentados, construídos com base nos autores Barnicoat (2000), Meggs (2009) e De Menezes (2010).

7 Considerações

Ao reconhecer que decisões de projeto não são neutras, essa pesquisa reforça o caráter estratégico do designer como mediador de significados. A compreensão das implicações simbólicas das técnicas de impressão amplia o repertório de recursos disponíveis na prática gráfica e permite escolhas mais conscientes e alinhadas aos objetivos comunicacionais de cada projeto.

A ausência de caracterização sociocultural detalhada dos participantes restringe a profundidade das análises e a seleção da amostra por conveniência não permite inferências generalizáveis. Tais limitações, no entanto, não invalidam os achados e as contribuições apresentadas, mas apontam direções para pesquisas futuras, que poderão incorporar variáveis adicionais, como tipografia e composição, além de perfis diversificados de público.

Espera-se que essa investigação contribua para discussões sobre materialidade e significado no design gráfico, incentivando abordagens que considerem a técnica de impressão como vetor de significado.

Agradecimento

Como bolsista, reconheço e agradeço o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Referências bibliográficas

Livros:

Barnicoat, John. Los Carteles: su historia y su lenguaje. 5. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

Denis, Rafael Cardoso. Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2000.

Díaz Bordenave, Juan E. O que é comunicação. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

Dondis, Donis A. A sintaxe da linguagem visual. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Drucker, Johanna. The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

Ferlauto, Cláudio A R. O tipo da gráfica, uma continuação. São Paulo: Rosari, 2002.

Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio escolar da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

Frascara, Jorge. Communication Design: principles, methods, and practice. New York: Allworth Press, 2004.

Gil, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

- Hollis, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- Krippendorff, Klaus. The Semantic Turn; A New Foundation for Design; 349 pages. Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis CRC, 2006.
- Marconi, Marina A.; Lakatos, Eva M. Técnicas de Pesquisa. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- Massey, Anne; Seago, Alex. Pop Art and Design. London and New York: Bloomsbury Academic, 2018.
- Meggs, Philip B. A História do Design Gráfico. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.
- Moles, Abraham Antoine. O cartaz. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- Moraes, Dijon de. Limites do design. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- Neira JR, Eduardo. A imagem. São Paulo: Ática, 1986.
- Neto, Mário Carramillo. Produção Gráfica II: papel, tinta, impressão e acabamento. São Paulo: Global, 1997.
- Niemeyer, Lucy. Elementos de Semiótica Aplicados ao Design. São Paulo: 2AB, 2006.
- Norman, Donald A. Design Emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Traduzido por Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- Rosa, Velcy Soutier da. Letras e cartazes. 3. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1991.
- Santaella, Lúcia. O que é semiótica. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- Santaella, Lucia; Nöth, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Editora Iluminuras, 1998.
- Villas-Boas, André. O que é [e o que nunca foi] design gráfico, the Dub Remix. 2ab. 1999.

Outros:

- De Menezes, F. C. Xilogravura - o sertão do nosso olhar. Revista Trama Interdisciplinar, 1(1), 2010. Disponível em: <<https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tint/article/view/2151>>. Acessado em 24 de janeiro de 2025.
- Medeiros, Diego Piovesan; Sousa, Richard Perassi Luiz de; "Design and expression in contemporary signs: a semiotic approach", p. 1-7. In: In Coutinho, Solange G.; Moura, Monica; Campello, Silvio Barreto; Cadena, Renata A.; Almeida, Swanne (orgs.). Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC [= Blucher Design Proceedings, num.2, vol.1]. São Paulo: Blucher, 2014.
- Ramalho e Oliveira, Sandra Regina. Leituras de imagens para a educação [tese]. São Paulo, programa de estudos Pós-Graduados em semiótica da Pontifícia Universidade Católica, 1998.
- Santos, Célio Teodorico dos. Requisitos de Linguagem do Produto [tese]: uma proposta de estruturação para as fases iniciais do PDP. Orientador: Fernando Antonio Forcellini. Florianópolis, SC, 2009.

Sobre os autores

Daniela Bianchini Mattos, UDESC - CEART, Brasil <danibianchinimattos@gmail.com>

Célio Teodorico dos Santos, Dr, UDESC - CEART, Brasil <celio.santos@udesc.br>

Giselle Schmidt Alves Diaz Merino, Dra, UDESC - CEART, Brasil <giselle.merino@udesc.br>