

## SERIGRAFIA *VERSUS* IMPRESSÃO DIGITAL: UMA OPÇÃO PELA ESTÉTICA

Aminger, Andréa Franco<sup>5</sup>  
Migliari, Mirella de Menezes<sup>2</sup>

Universidade ESPM Rio

**RESUMO:** O presente artigo tem como objetivo apresentar as qualidades do processo de impressão serigráfica, sob a ótica do designer gráfico, estabelecendo um viés comparativo com o processo de impressão digital que domina o setor gráfico na atualidade. Sendo este setor muito suscetível às mudanças tecnológicas, questiona-se as escolhas pautadas por fatores como prazo de entrega e custo, em detrimento da qualidade específica de uma técnica atrelada a fatores de cunho sensorial. É lançado então um olhar de viés estético à contribuição da técnica de impressão serigráfica ao design gráfico, a partir da revisão bibliográfica de conceitos de Serroy e Lipovetsky (2015), Adorno (2002), e Mario Vargas Llosa (2013) para analisar impressos em serigrafia *versus* impressos em gráfica rápida (digital). Diante de fatos históricos levantados, fica evidente que esse processo de impressão está relacionado também ao resgate de uma tradição, e possui portanto um valor intrínseco de acordo com Reis (2007).

**PALAVRAS-CHAVE:** Estética; Design Gráfico; Serigrafia; Tradição.

**ABSTRACT:** This article aims to present the qualities of the screen printing process, from the perspective of the graphic designer, establishing a comparative bias with the digital printing process that dominates the graphic sector today. As this sector is very susceptible to technological changes, it is questioned the choices based on factors such as delivery time and cost, in detriment of the specific quality of a technique linked to sensory factors. An aesthetic look at the contribution of the screen printing technique to graphic design is then launched, based on the bibliographical review of concepts by Serroy and Lipovetsky (2015), Adorno (2002), and Mario Vargas Llosa (2013) to analyze printed materials in silkscreen versus fast printing (digital). Given the historical facts raised, it is evident that this printing process is also related to the rescue of a tradition, and therefore has an intrinsic value according to Reis (2007).

**KEYWORDS:** Aesthetics; Graphic Design and Screen printing; Tradition.

---

<sup>5</sup> ESPM Rio, andrea.aminger@gmail.com.

<sup>2</sup> ESPM Rio, migliari@espm.br.

## Introdução

Este artigo tem como objetivo apresentar as qualidades inerentes à serigrafia e discutir sua relevância - em detrimento do processo digital - baseada nas qualidades estéticas inerentes ao processo, e a partir do ponto de vista do profissional da área de design gráfico. A metodologia utilizou-se de revisão bibliográfica para discutir aspectos estéticos, mas sobretudo de uma análise comparativa entre um cartão de visita impresso em serigrafia e outro impresso em gráfica rápida pelo processo digital, apresentando o impacto estético que cada processo distinto tem sobre um trabalho de impressão. Para isso, analisou-se de forma aprofundada o resultado alcançado com a impressão em serigrafia, tão característico e intrínseco a este processo gráfico, visando explorar a relevância da sensorialidade.

A experiência estética que a impressão em serigrafia proporciona não se compara em nada com a experiência virtual, tão aclamada atualmente. Com a impressão em serigrafia, chega-se a uma experiência estética tanto visual quanto tátil. A título de reflexão, tomaram-se os conceitos de estética apresentados em *A Estetização do Mundo*, obra na qual Lipovetsky e Serroy (2015) apontam “as quatro eras da estetização do mundo”. A primeira era é a ritual, a segunda é a era aristocrática, a terceira é a era moderna, e a quarta, a transestética. Nesta abordagem a definição de estética que mais se aproxima desse artigo é a terceira proposta, que se relaciona com “a moderna estetização do mundo”.

Tomando-se a escalada da estetização em massa, e seu universo industrial e comercial como principal artífice da estetização do mundo moderno e da sua expansão democrática, entende-se que a impressão em serigrafia teve seu início atrelado a este contexto de produção em série. No entanto, em tempos correntes nos quais prospera a impressão digital, a serigrafia vem sendo cada vez menos utilizada para finalidades da indústria gráfica.

Outra obra que deu sustentação às reflexões apresentadas neste estudo foi *A Civilização do Espetáculo*, de Vargas Llosa (2013), pois nela é apresentada a ideia da banalização das artes, e da valorização da quantidade em detrimento da qualidade. Por exemplo, a fim de ilustrar esta ideia, muitas das vezes um designer gráfico se depara com um projeto cuja simplicidade poderia ser valorizada e alavancada através de recursos de produção gráfica – a escolha pela impressão em serigrafia seria um desses recursos. Porém, muitas das vezes devido à incompreensão de seu cliente, este designer precisa fazer a opção pela impressão digital em detrimento da impressão serigráfica. Entende-se que seu cliente esteja à procura da impressão em maior

quantidade, por um menor custo, com uma entrega mais rápida. Nessa situação corriqueira, o cliente final não está atento ou sensível à qualidade superior do produto final que a serigrafia proporciona, e nem mesmo ao resultado estético diferenciado. Nesta situação, o cliente mostra-se sensível apenas à questão do custo. Neste caso, tem-se uma perda estética e do valor agregado a ela.

## **Metodologia**

Para melhor compreensão daquilo que se quer tornar evidente com este artigo, o viés metodológico adotado foi o da comparação entre produtos similares e suas qualidades inerentes aos processos gráficos distintos dos quais são resultantes. Tais produtos consistem em peças gráficas bastante prosaicas, comuns e corriqueiras: cartões de visita (*business cards*).

O profissional da área de design gráfico, quando está envolvido em um determinado projeto, irá percorrer uma sucessão de etapas, sendo a etapa inicial aquela identificada como *briefing*, que é a síntese do entendimento das necessidades/problemas de seu cliente. Em seguida, virá o desenvolvimento das ideias para as soluções – geração de alternativas, com a criação de layouts de apresentação, os quais, ao final deste processo, são apresentados ao cliente para aprovação. Alcançada a aprovação do projeto de design gráfico, esse profissional deverá também apresentar os orçamentos de produção a partir de alguns possíveis processos disponíveis, para se chegar aquele mais adequado ao conceito. No caso do cartão de visita, pode-se indicar a serigrafia ou a impressão digital no caso de pequenas e médias tiragens – entre 100 e 500 unidades aproximadamente. Portanto, entende-se que um processo concorra com o outro neste setor, justamente em função da variável “quantidade”. Uma vez definida a gráfica, o designer gráfico deverá finalizar o arquivo digital para impressão. Em seguida, a gráfica se encarregará da impressão, acabamentos e entrega dos impressos.

Conforme é possível identificar a partir da descrição acima, o designer gráfico transita por um longo processo a fim de adequar sua ideia (conceito) à produção ideal, qual seja: aquela que melhor a tangibilize e valorize. É através da equação destes fatores que esse profissional será bem reconhecido no seu meio profissional.

Segundo Gordon (2014), as etapas pouco afetadas pela tecnologia, nas quais os profissionais se distinguem, são a geração de ideias e o desenvolvimento de conceitos. Os profissionais de design gráfico entendem que a escolha por um processo de impressão, como a serigrafia, baseado em um determinado conceito de valor intangível que se deseja atingir,

poderá trazer um grande diferencial a um trabalho impresso, e para o próprio cliente/marca em última instância. Porém, a opção pela serigrafia parece estar na contramão do mundo atual, onde aquilo que é mais rápido é compreendido como a melhor escolha, e acaba-se por optar pelo menor prazo e economia de tempo, em detrimento da qualidade e de seu diferencial agregado. Tem-se também que o fator tecnológico deixa rapidamente de ser um diferencial quando se trata de uma tecnologia nova - como ocorreu com as gráficas rápidas (bureaus digitais). Rapidamente esta tecnologia foi disseminada, cabendo a outros fatores a questão do diferencial nos serviços e produtos.

Vale ressaltar que a escolha final pelo tipo de impressão a ser empregado não é uma responsabilidade do designer gráfico, mas sobretudo de seu cliente; é, sim, responsabilidade do designer gráfico indicar qual é o processo de impressão que trará melhor resultado ao projeto, mas de praxe é o cliente quem detém o poder da palavra final, a qual geralmente tende a levar em consideração a solução mais rápida e econômica, qual seja: a impressão digital em detrimento da impressão serigráfica, considerando a relação custo/benefício acima da qualidade.

### **Valor histórico da serigrafia**

Para que se entenda a fundo como o processo de impressão serigráfica está atrelado a um valor histórico, estético e de tradição, é necessário visitar a história da serigrafia. Vale aqui ressaltar a dificuldade de se encontrar uma obra, nacional ou não, específica sobre esse assunto. Estão disponíveis as obras *Impressos no Brasil*, dois séculos de livros brasileiros, dos organizadores Anibal Bragança e Márcia Abreu (2010), e *O Gráfico Amador: As origens da moderna tipografia brasileira*, de Guilherme Cunha Lima (2014), que oferecem ricos relatos históricos, mas, com ênfase na impressão litográfica ou offset, pois nessas obras vislumbra-se o processo de impressão de livros especificamente. Nestas obras nada é mencionado sobre a serigrafia, pois esse processo não é comumente aplicado à impressão de livros - sendo uma das razões o resultado final que se obtém com esse tipo de impressão, e o outro motivo está atrelado ao orçamento de impressão, já que para grandes quantidades a impressão em serigrafia apresenta custo muito superior ao ser comparada à impressão offset.

Segundo Biegeleisen (1971), podemos entender que não existe nenhum registro único e consensual sobre quem foi o autor da descoberta do estêncil ou serigrafia, ou seja, alguém que possa ser comparado a Johannes Gutenberg, que desenvolveu a Tipografia no século XV, ou

até mesmo a Alois Senefelder, responsável pelo advento da Litografia no século XVIII. O princípio da serigrafia, como é sabido até o momento, baseia-se no desenvolvimento da técnica do estêncil, utilizada durante séculos. Ainda de acordo com Biegeleisen (1971), tem-se que o primeiro trabalho experimental utilizando-se a técnica de impressão permeográfica, tendo a tela de estêncil como matriz, ocorreu nos anos 60, e o meio artístico passou a reconhecer e dar valor ao processo, o qual frequentemente era utilizado como complemento para a xilografia e para pinturas feitas com pincel. Ainda para Biegeleisen (1971), na Inglaterra dos anos 70, quando o papel de parede era feito de lã, os estênciles eram utilizados para aplicar um acabamento a tais revestimentos. E na França do começo dos anos 80, John Papillon, o pai do papel de parede, prosperou com sua empresa, criando e imprimindo seus produtos utilizando o método do estêncil.

Pode-se dar o crédito de precursores do desenvolvimento da permanência infinita da técnica do estêncil para os japoneses. Eles aprimoraram a técnica, ligando as partes soltas e vulneráveis do estêncil através de fios de seda ou fios de cabelos humanos, montando uma rede que se assemelha à teia de aranha, forte o suficiente e ao mesmo tempo delicada.

Esse foi o primeiro passo para o desenvolvimento do processo permeográfico e para sua perenidade como processo de impressão. Entende-se como processo permeográfico o processo que define a maneira como se prepara a matriz utilizada na serigrafia. Segundo Villas Boas (2008), permeografia é a impressão realizada com uma matriz permeável, ou seja: os elementos que serão impressos são formados por áreas permeáveis ou perfuradas na matriz. Dessa maneira, a tinta passa pelas áreas permeáveis e imprime sobre o substrato desejado, que no caso da serigrafia contempla os mais diversos tipos de superfície, tais como papel, madeira, metal, tecido, alvenaria, plástico, vidro e etc.

A técnica desenvolvida pelos japoneses a partir da trama, dos fios e da tela como suporte, estava só preparando terreno para a maneira como é conhecida hoje o que se designa como matriz de impressão em serigrafia. Atualmente, pode-se dividir essa técnica em três principais aplicações: gráfica, artística e industrial, cada uma possuindo suas características próprias.

Não faz muito tempo, os trabalhos impressos a partir de telas de estêncil (ou serigrafia) não eram reconhecidos como trabalhos impressos, pois eram feitos através de uma técnica considerada manual, e ao mesmo tempo não eram considerados trabalhos de arte, pois eram reconhecidos como tendo “múltiplos originais”.

Apesar da impressão em serigrafia ter um início incerto, foi nos EUA que esse processo teve um grande impulso como ofício comercial. Na época da Primeira Guerra Mundial teve início um grande interesse por esse processo de impressão, pois foi um período da história ocidental em que houve o surgimento de cadeias de lojas comerciais e sindicatos, aumentando a necessidade de cartazes de propaganda. Esses cartazes eram produzidos em grandes quantidades para que fossem pintados à mão, mas não em quantidades suficientes para que fossem impressos com litografia ou tipografia.

Empreendedores perceberam o mercado rentável da serigrafia, reconhecendo este método como bastante barato para a duplicação, utilizando um equipamento simples e fácil de se construir, além de ser também um processo altamente versátil, podendo gerar a impressão sobre quaisquer superfícies, das mais diversas naturezas, em qualquer formato, gramatura, e qualquer tonalidade de cor de tinta. Sendo, portanto, um dos poucos processos com que se pode imprimir utilizando a tinta na cor branca.

## **Serigrafia e estética**

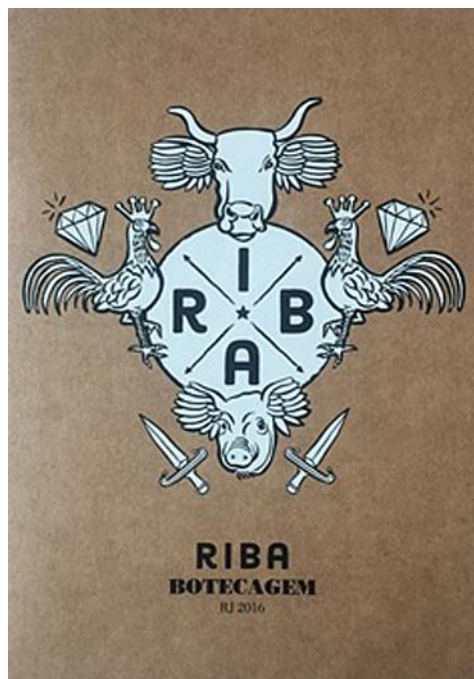
Conforme Adorno (2002), a técnica da indústria levou à standardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a obra se distingue. Seguindo esse mesmo pensamento, quando o designer gráfico chega à etapa da indicação do processo de impressão, ele poderá seguir o caminho da standardização, que em tempos atuais corresponderia à opção pela impressão digital, sacrificando o trabalho final em termos de qualidade, deixando de ter um diferencial estético - o qual poderia alcançar com a escolha pela serigrafia.

Quando se faz a opção pela impressão em serigrafia está-se em busca de uma qualidade superior, pois este processo de impressão traz um resultado estético diferenciado ao produto final. Como exemplo, é possível descrevê-la a partir de algumas características: a chapada de tinta (traço) quando impressa em serigrafia ficará com um leve volume, ou relêvo, em função de sua viscosidade. Também é possível modificar o resultado final do impresso utilizando-se uma mesma cor de tinta porém variando-se apenas o efeito: fosco ou brilho. A serigrafia também possibilita a produção de soluções inusitadas como a impressão de cores escuras sobre fundos escuros explorando-se a diferença de textura e relêvo da tinta. Permite também a impressão de uma cor semelhante à cor do suporte sobre a qual se deposita, e ainda, realizar a impressão da tinta branca sobre o papel também branco. A distinção da superfície impressa, nestes casos, daria-se pela diferença de brilho e relêvo – ou seja, pelas suas qualidades estéticas,

portanto sensíveis. Todos esses recursos acima descritos são inerentes à este processo, não sendo possível realizá-los na impressão digital, sua concorrente. Tais efeitos de impressão, conforme descritos, são possíveis uma vez que na serigrafia utiliza-se, na maioria das vezes, cores chapadas e tintas opacas (sem transparência). Tais efeitos não são alcançados com a impressão digital – a qual faz uso das cores de escala, CMY-K (Cyan, Magenta, Amarelo e Preto), e tintas transparentes para a impressão e efeito em policromia. Também é possível imprimir com as primárias CMY-K na serigrafia, embora a retícula alcançada não seja tão reduzida quanto aquela produzida pela impressão digital. A impressão serigráfica permite também o uso de cores Especiais da escala Pantone, enquanto a impressão digital está restrita à gama de cores formadas pela combinação de CMY-K.

Entende-se melhor o valor estético da impressão em serigrafia observando os exemplos abaixo de peças gráficas do acervo da gráfica Zen Serigrafia. A Figura 01 é referente a um cardápio, o qual foi impresso com tinta branca sobre o papel cartão de cor escura.

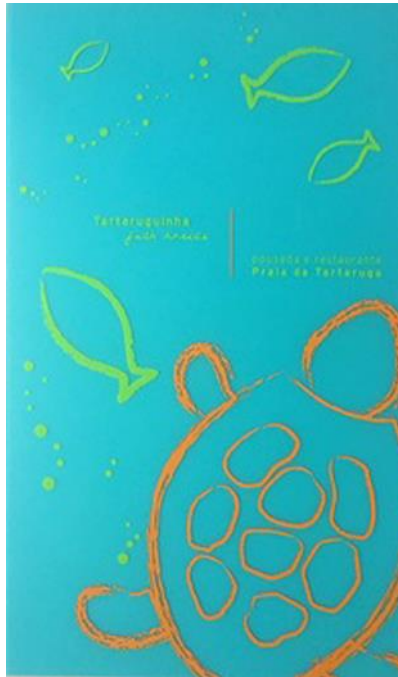
Figura 1 – Tinta branca sobre cartão Kraft



Fonte: acervo da Zen Serigrafia.

A Figura 02 é relativa a um *flyer* (lâmina) de uma pousada, que foi impresso sobre PVC (plástico) azul.

Figura 2 – Duas cores sobre PVC



Fonte: acervo da Zen Serigrafia.

A Figura 03 refere-se a um convite de lançamento, para o qual o envelope foi impresso no acetato (plástico) transparente, e já a Figura 04 mostra um cartão de visita, impresso em duas cores de tinta: branca e laranja sobre a superfície do papel escuro.

Figura 3 – Envelope: preto sobre acetato transparente



Fonte: acervo da Zen Serigrafia.



Figura 4 – Duas cores sobre cartão escuro



Fonte: acervo da Zen Serigrafia.

Vale lembrar que essa peça - cartão de visita - virá a ser utilizada como exemplo mais adiante, neste artigo, a fim de ilustrar a comparação com a impressão digital. Essas possibilidades de impressão apresentadas anteriormente são apenas alguns exemplos das características únicas desse processo de impressão, como o uso da tinta branca, impressão em PVC, seja transparente ou não.

Lipovetsky e Serroy (2015) apresentam as quatro eras da estetização do mundo. A primeira é denominada como a artealização ritual. A segunda como a estetização aristocrática. A terceira como a moderna estetização do mundo e a quarta como a era transestética.

Entende-se que a impressão em serigrafia se enquadra na terceira era, a moderna estetização do mundo, pois, segundo Lipovetsky, o universo industrial e comercial foi o principal artífice dessa época. Segundo Biegeleisen (1971), a impressão em serigrafia se desenvolveu como ofício comercial após a Primeira Guerra Mundial, conforme relatado anteriormente. A impressão digital se enquadra na era transestética, pois segundo Lipovetsky (2004), nessa época as pessoas encontram-se obcecadas pelo descartável, pelo excesso, pelo rápido e fácil, e a impressão digital se desenvolveu para atender com maior facilidade, quantidade e rapidez à uma demanda cada vez mais premente. Uma vez que a impressão digital prescinde de matriz física, toda a cadeia produtiva é encurtada assim como os materiais envolvidos. Tal simplificação propicia inclusive o descarte com maior facilidade, afinal se o material impresso apresentar alguma imperfeição, rapidamente poderá ser reimpresso, e a baixo custo.

## Orçamentos comparativos

A fim de melhor explicitar o propósito deste artigo, deve-se observar a comparação dos orçamentos, feitos em setembro de 2017, com dois fornecedores distintos: a gráfica Power Image - especializada em impressão digital, e com a gráfica Zen Serigrafia - especializada em impressão serigráfica. As empresas foram escolhidas por serem ambas referências em suas especialidades, e por estarem localizadas no Rio de Janeiro.

Ambos os orçamentos apresentam as seguintes especificações gráficas: impressão de cartão de visita – formato: 9,0 x 5,0 cm; cores: 2/0; papel: cartão supremo 300 grs.; tiragem: 500 unidades; acabamento: corte reto. O orçamento apresentado pela gráfica Zen Serigrafia ficou no valor total de R\$ 698,50, com a entrega no prazo de uma semana. O orçamento do fornecedor digital Power Image ficou no valor total de R\$ 265,00, com entrega no prazo de um dia útil.

De acordo com os dados apresentados acima, entende-se que quando o designer gráfico sugere a seu cliente a impressão em serigrafia, ele não possui como parâmetro o menor custo ou o prazo mais rápido. Este profissional está à procura dos atributos estéticos da serigrafia, trazendo um resultado final diferenciado ao trabalho, qual seja: chapada (traço) de tinta viscosa que oferece relêvo à impressão e sensibilidade ao toque; uso de cores especiais (Pantones); brilho da tinta; sobreposição de tintas opacas (uma cor impressa sobrepõe a outra). O cartão de mesmas especificações gráficas, quando impresso pelo processo digital, não apresentará relêvo, brilho, sobreposição de cores (tintas) ou uso de cores especiais. As chapadas de cor são obtidas por réticulas, e por isso apresentam menor saturação e densidade.

O processo de impressão em serigrafia já foi muito popular, mas vem perdendo muito espaço tendo em vista o contraste de custos contra o processo digital. Aponta-se então para questionamentos como: terão os valores se invertido ou se deturpado a ponto de considerar-se a qualidade um ideal inferior à quantidade? Segundo Lipovetsky (2004), o que mudou foi principalmente o ambiente social e a relação com o presente. O período pós-moderno é marcado pela “primazia do aqui – agora”. Seguindo esta lógica é inadmissível se esperar uma semana pela entrega de um material impresso que poderia ser concluído em apenas um dia. Mudou muito a relação do ser humano com o tempo, e da produção com o tempo. Na Figura 5 observa-se uma oferta de produção de cartões por impressão digital. São oferecidos 1000 unidades por R\$ 14,99. Ora, este valor irrisório poderá ter como efeito nocivo não só a concorrência desleal

a processos tradicionais e semi-artesanais como a tipografia e a serigrafia, mas também denigre o valor do produto pois passa a gerar uma percepção de matéria descartável, efêmera. Essa percepção também poderá resvalar para o profissional de design gráfico, afinal como cobrar por um projeto gráfico quando o custo de produção é tão insignificante? Este raciocínio poderá ser aplicado a diversas outras peças gráficas, mais complexas do que o simples cartão de visitas.

Figura 5 – Promoção da impressão digital



Fonte: <https://www.360imprimir.com.br/> (acesso em 24/03/2018)

É o que conduz à compreensão de que quando o designer gráfico consegue convencer seu cliente pela escolha do processo de impressão em serigrafia, atualmente, ele está conseguindo transgredir um senso comum no sentido da economia do tempo, a qual já é um valor intrínseco às sociedades pós-modernas. É como se o designer gráfico tivesse, com essa conquista, conseguido parar o tempo.

### **A banalização dos valores estéticos**

Segundo Vargas Llosa (2013), vivemos em um mundo da quantidade em detrimento da qualidade, com o desaparecimento dos consensos mínimos sobre os valores estéticos. Dessa maneira, quando se faz a escolha pela impressão digital, está-se em busca da quantidade, rapidez e baixo custo, e não há valor intrínseco à qualidade final. Deixa-se de lado valores estéticos diferenciados. Ao se fazer a escolha pela impressão em serigrafia, resgata-se a busca da qualidade e de valores estéticos diferenciados, como se numa volta ao passado.

Vale ressaltar aquilo que já foi exposto anteriormente, que a definição sobre o processo de impressão que será utilizado, em um determinado trabalho, caberá sobretudo ao cliente, enquanto que ao profissional de design cabe aconselhá-lo, e indicar o processo visando o melhor

resultado possível.

A gráfica Zen Serigrafia, no Rio de Janeiro, dá continuidade a uma tradição através da permanência de um processo de impressão gráfico, mantendo um valor histórico, pois essa gráfica perpetua, agora por trinta anos, o tipo de processo de impressão permeográfico, enquanto muitas das gráficas que se iniciaram nesse setor sucumbiram a uma tecnologia atual, passando de uma gráfica de serigrafia para uma gráfica digital.

Segundo Reis (2007), e sua definição sobre Tipologias de Valor, entende-se que a Zen Serigrafia se enquadra no “valor histórico”, pois, segundo a autora, com o passar do tempo os objetos, e as técnicas, passam a assumir um valor histórico. Portanto, ao optar pela gráfica digital, leva-se à banalização da impressão, deixa-se de lado não somente qualidades estéticas, mas valores como a tradição: justamente o que a serigrafia é capaz de proporcionar a um trabalho de impressão, seja a um cartão de visita, cartaz ou convite.

## **Conclusão**

Desde a implementação da tecnologia digital no setor da impressão, a serigrafia vem perdendo espaço no mercado gráfico, cada vez mais se apequenando. Baseando-se na lógica perversa da economia de tempo e receita, a nova tecnologia atropela outros processos anteriores a ela, às vezes de forma abrupta. Faz-se necessário, conforme foi proposto aqui, refletir a cerca do impacto da tecnologia digital sobre o campo da indústria gráfica. No caso da análise comparativa apresentada aqui, considerando-se que provoca diversas perdas na qualidade do produto final, poderá ser considerado como evolução do processo de impressão? Na verdade, fica claro que a impressão digital não poderá simplesmente substituir a serigrafia sem perda de qualidade como ônus a ser pago. Tanto é verdade que alguns expoentes recusam-se a tomar diante deste processo orgânico da evolução: a Zen Serigrafia, empresa de serigrafia do Rio de Janeiro, vem a ser uma destas resistências devido à qualidade do trabalho que entrega há trinta anos – reconhecido como de excelência pela comunidade de Designers gráficos da cidade. Possui um valor intrínseco à tradição que enverga. Diante do exposto, o designer gráfico, profissional que atua de modo a conciliar os interesses de seu cliente com a qualidade do fornecedor – neste caso a empresa gráfica – possui uma percepção bastante diferenciada quanto a este cenário do setor gráfico. No seu modo de ver, o processo de impressão deve ser escolhido sempre em função de suas qualidades intrínsecas e únicas – e não somente de acordo com a lógica econômica, de forma que o produto final possua um maior valor agregado, o qual estaria

ligado a questões de cunho estético e sensorial. A estética abrange aquilo que é da natureza do sensível: daquilo que se percebe com o conjunto de sentidos e que vão além do ver. No caso da impressão serigráfica, ela estimula também o sentido do tato, além de permitir toda uma gama de possibilidades de combinações de cores com materiais, inatingíveis com os processos digitais. Daí tem-se que, embora a impressão digital tenha alcançado cada esquina dos centros urbanos e também as residências, não poderá substituir, em termos de qualidade, um processo tão primoroso quanto a serigrafia. Se por um lado Serroy e Lipovetsky (2015) expõem a estetização do mundo, no qual todos os serviços e produtos possuem uma aparência cuidadosamente planejada e estetizada, Vargas Llosa (2008) aponta para a banalização dos valores estéticos com a prevalência da quantidade em detrimento da qualidade. Neste cenário, para o designer gráfico fica o sentimento de que possui um papel relevante no sentido de contribuir para a permanência dos valores estéticos deste serviço – que cada vez mais ocupará um nicho – ao longo do tempo.

## Referências Bibliográficas

- ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BIEGELEISEN, J. I. **Screen printing a contemporary guide to the technique of screen printing for artists, designers, and craftsmen**. New York: Watson-Guption Publications, 1971.
- BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (organizadores). **Impressos no Brasil, dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Editora Unesp, 2010.
- GORDON, B.; GORDON, M. **O essencial do design gráfico**. 2 ed. rev. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2014.
- LIMA, G. C. O gráfico Amador: **As origens da moderna tipografia brasileira**. 2 ed. Rio de Janeiro: Verso Brasil Editora, 2014.
- LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Baureri, SP: Manole, 2007.
- VARGAS LLOSA, Mario. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.
- VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.