



## Antigas marcas, novos processos: a arte humanizando as tecnologias

Profa. Dra. Maria do Carmo de Freitas Veneroso  
Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais  
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação – EBA - UFMG.

### O diálogo entre arte e técnica no ensino da gravura: um estudo sobre a litografia industrial mineira

Sabe-se que o ensino da gravura tem um forte componente técnico, pela sua própria essência, que depende de um grande aparato material. É necessário, no entanto, que paralelamente às questões técnicas, dê-se uma ênfase especial aos aspectos conceituais e históricos que permeiam as linguagens gráficas, no trabalho didático com as diferentes modalidades da gravura. Caso contrário o trabalho pode tornar-se mecânico e vazio de sentido, reproduzindo infinitamente modelos e “receitas” que, descontextualizadas, acabam por se tornar meras fórmulas. Nós, professores de gravura, precisamos nos manter atentos a isso, dando ênfase aos aspectos conceituais que estão constantemente em jogo no processo artístico.

Foi essa a principal motivação para a realização desse estudo, que tem como propósito colaborar para a análise crítica da produção litográfica comercial/industrial brasileira e para a sua preservação através do resgate e estudo das marcas e rótulos da estamperia litográfica mineira da primeira metade do século XX presentes no acervo de pedras do Atelier de Litografia da Escola de Belas Artes da UFMG.

A relação entre as marcas da estamperia litográfica e a arte se coloca, já que os desenhistas dos rótulos ultrapassavam o mero objetivo de comunicação publicitária, instaurando uma visualidade peculiar, fazendo com que as peças gráficas criadas pudessem ser apreciadas pela presença de uma estética popular, que lança mão de elementos tomados da arte culta e da arte popular. A valorização dessa estética popular tem sido possível, entre outras coisas, graças à quebra da grande divisão existente entre arte culta e arte popular, engendrada pela *pop art*<sup>1</sup>.

Com esse trabalho pretende-se recuperar uma experiência, estudando e guardando parte da memória da litografia comercial/industrial de Minas Gerais, através de uma abordagem que parte do ensino e da História da Arte, lançando mão da Semiologia na leitura das imagens, visando com isso esclarecer o contexto em que as marcas da estamperia litográfica foram produzidas e as possibilidades de significação das mesmas.

---

<sup>1</sup> Cf.: HUYSEN, Andreas. *After the great divide – Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1987.

## Perspectivas teóricas e históricas: antigas marcas, novos processos

Na pesquisa que foi o ponto de partida para esse estudo<sup>2</sup>, busco enfatizar o diálogo entre antigos e novos processos de impressão, através do registro em litografia *off-set* de marcas e rótulos da estamperia litográfica mineira da primeira metade do século XX, presentes no acervo do *Atelier*, que foram desenhadas utilizando a técnica da litografia em pedra. Cria-se, assim, um diálogo entre antigas e novas tecnologias, circulando entre áreas aparentemente distantes, mas conceitualmente muito próximas, por pertencerem à chamada “cultura do impresso”, que abrange os processos gráficos desde Gutenberg.

A partir do estudo das marcas da estamperia litográfica existentes nas pedras do *Atelier*, com ênfase no uso da letra como imagem, nos signos e símbolos, analiso suas origens e a fusão dos modelos europeus com a iconografia brasileira. Busco com essa pesquisa resgatar a memória do *Atelier*, lançando novas luzes sobre um assunto que já foi trabalhado entre nós pela artista e professora pioneira no ensino e na pesquisa com a litografia comercial/industrial e artística em Minas Gerais, Lotus Lobo. O trabalho realizado por ela nessa área, conjuntamente com o professor Márcio Sampaio, forneceu subsídios iniciais para esse estudo, apontando o modo como se deu a implantação da litografia comercial/industrial em Minas Gerais.

O quadro teórico dentro do qual esta pesquisa está inserida abrange a História da Arte e a Semiologia. Assim como pode-se falar atualmente da tendência a uma quebra de fronteiras entre as linguagens artísticas, também entre as áreas do saber pode existir um trânsito interdisciplinar, em que um campo de estudos aprende com outro novas formas de abordagem do objeto de estudo, enriquecendo a análise, tornando-a mais abrangente.

Assim, na análise das imagens, o referencial teórico recai sobre a semiologia de Roland Barthes. Para proceder ao estudo das relações entre letra e imagem, assim como a análise dos signos e símbolos presentes nas marcas e suas relações, a principal referência é o tratamento dado a esse tema por esse autor, e também por Michel Foucault. É feita uma leitura de marcas da estamperia litográfica, consideradas como um sistema semiológico, que tem signos tal qual a escrita.

## O diálogo entre a litografia artística e a litografia comercial/industrial

A litografia é um procedimento de impressão planográfica inventado na década de 1790, na Alemanha, utilizando uma pedra calcária como matriz, tendo sido aperfeiçoada mais tarde. Por volta de 1848 já era possível imprimir dez mil cópias litográficas por hora, nas prensas industriais. Por esse motivo, além da possibilidade do uso de várias cores na composição, essa técnica passou a ser largamente utilizada comercialmente.

Apesar da existência de diferenças entre a litografia industrial/comercial e a litografia artística, pode-se notar um diálogo entre ambas. Vários foram os artistas em atividade no final do século XIX e início do século XX que produziram tanto litografias artísticas quanto cartazes e ilustrações, entre eles Édouard Manet, Toulouse-Lautrec e ainda Jules Chéret, muito conhecido pelos seus cartazes e que teve grande influência sobre o *Art-Nouveau*. Em 1888, Chéret começou a produzir em Paris, cartazes litográficos com sua própria prensa e *Bal Valentino* pode ser citado como um deles. Assim: “a forma do cartaz que chegou até nós data desses anos e se deve à coincidência de dois fatores: certas melhorias técnicas na impressão litográfica e a presença do próprio Chéret” (Barnicoat, 1973, p.7).

Chéret desenhava diretamente sobre a pedra litográfica, não utilizando o papel transporte<sup>3</sup>, material muito usado nessa época, por outros litógrafos. Com esse procedimento, Chéret devolvia à

---

<sup>2</sup> A pesquisa “Antigas marcas, novos processos: a arte humanizando as tecnologias” foi desenvolvida no Atelier de Litografia da Escola de Belas Artes da UFMG sob a minha coordenação, com o apoio da Fapemig e contou com a colaboração de: Afrânio Angelo do Prado Ornelas (Bolsista de Aperfeiçoamento Profissional), Paulo Rogério Dias ferreira (Bolsista de Iniciação Científica), Marcelo Lourenço de Oliveira Filho (Bolsista de Iniciação Científica) e Janaina Mércia Alves Melo (Mestranda/EBA/UFMG).

<sup>3</sup> O papel transporte era especialmente preparado para receber o desenho, que era em seguida transferido para a pedra litográfica.

litografia sua característica de meio direto de criação que ela já tinha possuído com Goya e outras figuras do começo do século XIX. Desde então, a litografia tinha sido utilizada em geral simplesmente como um procedimento para reproduzir outras formas de expressão artística. Com Chéret ela recupera sua autonomia como linguagem gráfica (Barnicoat, 1973, p.7-8).

### A letra como marca, a marca da letra

Pode-se notar uma aproximação entre os procedimentos utilizados para a produção dos rótulos e das marcas da litografia industrial e para a produção de cartazes. Nota-se que as letras têm uma grande importância em ambos os casos, participando ativamente da composição, ao mesmo tempo em que comunicam mensagens.

Assim, os mesmos procedimentos adotados, entre outros, por Toulouse-Lautrec nos seus cartazes, podem ser encontrados nos desenhos dos rótulos aqui estudados. Um exemplo disso é o cartaz *Divan Japonais*, no qual as letras são desenhadas a mão, integrando a composição. A figura feminina, em primeiro plano, vestida de negro, aproxima-se, ela própria, de um carácter ou de um ideograma. Assim, existe um diálogo entre imagem e texto que também é encontrado nos rótulos litográficos, como na "Manteiga Melindrosa". As letras são desenhadas a mão, de uma maneira livre e interagem com a figura da mulher, à direita, guardando o mesmo estilo e se integrando perfeitamente, como no cartaz de Toulouse-Lautrec.

Esse diálogo entre o desenho da letra e o desenho das imagens, notado nos cartazes e rótulos litográficos está relacionado às possibilidades técnicas abertas pela litografia. Na xilogravura o desenho da letra era extremamente problemático, quando realizado junto à imagem, já que qualquer erro com a goiva significava a perda de toda a matriz. Na gravura em metal a impossibilidade do uso da letra junto à imagem era maior que na xilogravura, por uma limitação técnica. Com a invenção dos tipos móveis, o texto e a imagem se desvinculam, passando a ser produzidos independentes um do outro. Por um lado houve um grande avanço na ilustração, que pôde assim, separada do texto, alcançar maiores formatos, ganhando autonomia. Já do ponto de vista das relações entre texto e imagem, nota-se que eles perderam o estreito vínculo que os unia.

A letra, até o surgimento da imprensa, estava estreitamente relacionada ao desenho, sendo ela própria desenho. A partir daí, vai haver um processo de distanciamento entre texto e imagem, e a letra vai se desvinculando cada vez mais do desenho<sup>4</sup>. Assim, pode-se dizer que do século XV, com a invenção da imprensa, ao século XX, vigorou, na sociedade ocidental, um princípio que afirmava a separação entre signos lingüísticos e elementos plásticos. Esse princípio estabelece: "a separação entre representação plástica (que implica a semelhança) e referência lingüística (que a exclui). Faz-se ver pela semelhança, fala-se através da diferença. De modo que os dois sistemas não podem se cruzar ou fundir" (Foucault, 1989, p.39). Assim, mesmo nos momentos em que esse encontro se dava, ele era regido por alguma forma de subordinação, de hierarquia entre imagem e texto, indo da forma ao discurso ou do discurso à forma: a legenda, o título, a ilustração, a crítica de arte e todo discurso que gira em torno da arte.

No século XX, as palavras (a letra, o texto) irrompem no espaço do quadro, integradas ao discurso plástico, passando o texto a interferir no interior mesmo da imagem, funcionando também como imagem. Paul Klee, entre outros, seria um dos artistas a abolir a soberania do princípio que estabelece a distinção entre representação plástica e referência lingüística, já que em seus trabalhos: "barcos, casa, gente, são ao mesmo tempo formas reconhecíveis e elementos de escrita" (Foucault, 1989, p.40).

Pode-se fazer um paralelo entre o que ocorreu nas artes plásticas, no início do século XX e o que ocorreu nos cartazes e rótulos, com o desenvolvimento da litografia. Também nesse caso nota-se uma

---

<sup>4</sup> Sobre esse assunto consultar VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas. *Caligrafias e Escrituras: diálogo e intertexto no processo escritural nas artes no século XX*. Tese (Doutorado em Letras – Literatura Comparada) – Faculdade de Letras/UFMG, Belo Horizonte, 2000.

integração entre texto e imagem, que pode ser relacionada à integração que existia nos manuscritos medievais, onde a letra, escrita a mão, era ela própria, imagem, além de se relacionar estreitamente com as formas que iluminavam o texto. Assim, a volta da letra manuscrita retoma essa característica de “coisa desenhada” (Michel Foucault). É, pois, a partir dessa constatação que nossa análise das relações texto/imagens nos rótulos estudados se dá.

### **Desenhistas-litógrafos: pioneiros da comunicação visual**

A litografia foi introduzida no Brasil na primeira metade do século XIX. Sendo rapidamente assimilada, passou a atender à crescente demanda da imprensa e da indústria brasileira, exercendo um papel fundamental no desenvolvimento desse meio.

A primeira “estamparia litográfica” mineira foi instalada em 1889, em Juiz de Fora, coincidindo com uma época em que não havia, ainda, o que conhecemos atualmente por “comunicação visual” e a profissão do *designer* gráfico se confundia com a do artista plástico. No Brasil, os desenhos das marcas e rótulos eram feitos, a princípio, por desenhistas formados nas academias de arte europeias, já que o Brasil não contava, ainda, com desenhistas treinados para esse fim. Esses desenhistas que trabalhavam com a litografia comercial, seguiam, portanto, os padrões europeus usando como referência catálogos de alfabetos, vinhetas e ornamentos, elementos decorativos neo-clássicos, rococós e *art-nouveau*.

### **“Disaim” caipira, estilo híbrido: relações antropofágicas nos rótulos litográficos**

Se num primeiro momento os rótulos e marcas produzidos no Brasil eram reproduções dos produtos europeus, num segundo momento passou a haver a incorporação de elementos locais, num processo de fusão de elementos provenientes da arte culta a uma visualidade nitidamente popular, gerando um estilo híbrido. Há aí um processo de busca de uma identidade local, a partir do movimento de apropriação e (re)escritura de imagens, num novo contexto – no caso, a litografia comercial/industrial brasileira.

Na relação entre a letra e a imagem nesses rótulos, o próprio texto pode ser visto como imagem, de tal maneira ele se integra ao *design* do rótulo, conjugado com a imagem. As relações letra/imagem apontam para a existência da figura ainda incipiente do artista gráfico, sugerindo a criação de um *disaim* caipira, termo usado com muita propriedade por Márcio Sampaio<sup>5</sup> para identificar essa visualidade popular presente nos primeiros rótulos e marcas da estamparia litográfica brasileira, que confere a eles um caráter nacional, sem abrir mão do diálogo com uma visualidade europeia. Essa mistura de um gosto caipira com as formas cultas, criando imagens brasileiríssimas, aponta para a recorrência na arte brasileira, de um processo de devoração antropofágica, já que nos rótulos e nas marcas os desenhistas se apropriavam de desenhos europeus, transformando-os e dando a eles características locais.

Pode-se observar, ainda, o caráter híbrido das imagens estudadas, que unem uma visualidade culta a uma visualidade popular. A formação desse estilo híbrido e de um *disaim* caipira geram um rico repertório imagético, com a incorporação de elementos brasileiros, como os tipos físicos, na representação da figura humana, e também, na representação de paisagens locais. Essas novas gerações de desenhistas procuraram combinar elementos decorativos neo-clássicos, rococós e *art-nouveau* com cenas rurais típicas do interior de Minas. Tudo indica que os desenhistas brasileiros, que deram seqüência ao trabalho dos desenhistas europeus não possuíam treino acadêmico. Pode ser observado que os desenhos por eles produzidos apresentam características primitivas, não utilizando perspectiva nem demonstrando conhecimento profundo de anatomia, como pode ser visto no rótulo do “Fumo Invejado” (Figura 1).

Nele surge a figura do “preto-velho”, originário dos escravos, que conseguiram preservar e até mesmo modificar, no sincretismo, sua cultura e sua religião. Associado à Umbanda, o “preto-velho”

---

<sup>5</sup> Cf.: SAMPAIO, Márcio. *25 Anos de Litografia de Arte em Minas*. Juiz de Fora; Belo Horizonte: Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage: Secretaria do Estado de Cultura: Rede Globo - Minas, jun. 1986.

representa a humildade, a força, a resignação, a sabedoria, o amor, a caridade, tendo se tornado, por isso, um ponto de referência para todos aqueles que necessitam de ajuda: ele promete cura, ensino e educação a pessoas e espíritos sem luz. É uma figura presente no imaginário popular brasileiro, podendo se apresentar como médico, preto-velho ou até mesmo como caboclo ou Exu. Ele apresenta um cachimbo como atributo, que no caso do rótulo de fumo de rolo mencionado, se prestou a conferir credibilidade ao produto, através de uma figura tão popular.

No entanto ao nos determos sobre um outro grupo de rótulos, entre eles a “Manteiga Real”, percebemos que fazem parte de um outro repertório que abarca uma segunda etapa da história da litografia em Minas Gerais e no Brasil, e que incorpora símbolos que têm como objetivo reforçar a identidade nacional, além de fazer uma apologia do regime, numa atitude ufanista.

### **O projeto construtivo e a afirmação da identidade nacional: seus reflexos na visualidade dos rótulos da estamperia litográfica brasileira**

O cenário de liberdade no uso dos códigos visuais, na criação das marcas e matrizes sofreu sérias restrições quando ocorreu a imposição de regras para definição de estilos e padrões das marcas litográficas. Essas regras foram, por um lado, estabelecidas pelas próprias indústrias, que organizando-se em cooperativas e associações unificaram os modelos das marcas: “dentro de um padrão e uma imagem única (da cooperativa) desaparecendo a necessidade de manter o processo competitivo de cada produtora, e conseqüentemente da manutenção competitiva de suas imagens.” (Sampaio, 1986, [s.p])

Um segundo fator ocorreu, na década de 1930, durante o Estado Novo, quando o governo determinou uma série de regras que deveriam ser seguidas pelas gráficas comerciais, especificando cores e formatos para cada produto. Por exemplo, nas embalagens de manteiga, fumo, balas e doces seguia-se o formato circular com variações no diâmetro e altura e para banhas e biscoito os formatos quadrados com variações de lado e altura. Também as cores seguiam um código, com o objetivo de facilitar a identificação do produto.

Esses dois movimentos da indústria e do Estado restringiram o trabalho dos desenhistas, que passaram a criar suas marcas segundo um sistema pré-estabelecido, e isso resulta numa maior originalidade dos desenhos, já que o artista gráfico, limitado pelo código teria de buscar soluções novas que superassem a neutralidade provocada pela uniformização.”(Sampaio, 1988)

Esses novos desenhos, criados a partir desse momento, coincidiram com o projeto construtivo de afirmação da identidade nacional que permeou todos os setores da sociedade brasileira nas décadas de 1930-1940, a partir do Estado Novo.

### **Símbolos, signos e letras: uma leitura do rótulo litográfico “Manteiga Real”**

Esse rótulo pertence ao período situado entre as décadas de 1930 e 1940, sob a vigência do Estado Novo, no qual o discurso dos ideólogos do poder tem por objetivo unir toda a nação em prol do desenvolvimento nacional, negando os conflitos sociais e trabalhando juntos para seu progresso. Assim, o projeto modernizador vai utilizar-se do discurso ideológico a fim de propiciar a união das classes e a negação dos conflitos, na busca da afirmação da identidade nacional. Esse projeto já vinha sendo gerado desde os primeiros anos da década de 1920, com a Semana de Arte Moderna e o Manifesto Antropofágico, consolidando-se na década seguinte, com a importante atuação dos artistas do primeiro modernismo como Di Cavalcanti, Tarsila do Amaral e Portinari.

Na década de 40, vê-se também a litografia industrial assumir esse projeto. Nesse momento os desenhistas lançaram mão dos mais diferentes artifícios para criar uma visualidade que contribuísse na formação de uma identidade nacional, reproduzindo com originalidade ícones e símbolos do país, promovendo o olhar sobre tudo o que pudesse se identificar com o Brasil, através da releitura de bandeiras, da fauna brasileira, das paisagens, dos heróis e principalmente do verde/amarelo, além do uso de símbolos que pudessem reforçar o orgulho nacional e a qualidade do produto nacional. A marca



“Manteiga Real” (FIG.2) insere-se nessa tendência, podendo ser analisada a partir da utilização de símbolos e palavras que visam realçar a qualidade do produto nacional.

### “Manteiga Real”: a imagem denotativa e a palavra conotativa

Uma mensagem publicitária, composta de imagem e palavra, contém na sua composição elementos essenciais que incluem várias informações básicas, como: a língua, a nacionalidade, a função, o papel cultural e o valor estético (legibilidade e forma da mensagem). Essas informações visam facilitar a identificação do produto por várias pessoas em um determinado meio. Contudo, convém ressaltar que a mensagem dos rótulos estudados transcende a publicidade, não sendo uma mera mensagem publicitária, mas também um registro potencial de uma época, um marco cultural e histórico de grande valor.

Segundo Roland Barthes, todas as reproduções analógicas do mundo real, incluindo desenho, pintura, teatro, cinema, fotografia, produzem uma dupla mensagem: o conteúdo analógico que lhes é particular – cena, objeto, paisagem – e um conteúdo adicional, um estilo de reprodução além da mensagem analógica: “trata-se de um sentido segundo, cujo significante é um certo ‘tratamento’ da imagem sob a ação de seu criador e cujo significado – estético ou ideológico – remete a uma certa ‘cultura’ da sociedade que recebe a imagem.” (Barthes, 1990, p. 13).

Assim, Barthes sugere que todas as artes citadas anteriormente, às quais ele denomina “imitativas”, contêm em si ou admitem dois tipos de mensagens: a mensagem denotativa, descrita pelo autor como um estado adâmico (primitivo) da imagem e a mensagem conotativa, descrita como mensagem simbólica, cultural ou terceira mensagem: “Em suma, todas essas “artes” imitativas comportam duas mensagens: uma mensagem denotada que é o próprio *analogon* e uma mensagem conotada que é a maneira pela qual a sociedade oferece à leitura, dentro de uma certa medida, o que ela pensa.” (Barthes, 1990, p.13).

No rótulo da “Manteiga Real” está presente uma imagem literal (denotativa) e uma imagem simbólica (conotativa), sendo evidente uma vinculação entre as palavras e o simbolismo das imagens. A mensagem de linguagem presente nos rótulos detém um caráter dual, é denotativa, no âmbito da imagem e conotativa, no âmbito da palavra escrita. A denotação e a conotação se misturam como uma trama, são harmônicas e complementares no sentido de transmitir o conteúdo do discurso.

A mensagem “Real” pode ser decomposta, trazendo mais de uma significação. Esta não se restringe a informar o nome da manteiga, mas também abarca uma significação suplementar que é o caráter nobre do produto. Ou seja, através de uma mesma palavra, “REAL”, revela-se uma dupla mensagem lingüística e estética.

Em relação ao aspecto denotativo, da imagem propriamente dita, verifica-se na coroa, por exemplo, a força do símbolo, o papel da imagem ao fortalecer o conteúdo da mensagem conotativa “Real”. Assim, a imagem da coroa apresenta-se como uma metáfora da grandeza do produto “Manteiga Real”. O símbolo “coroa” remete à nobreza, a uma figura de distinção: o rei. Logo, a coroa por ser “real” remete também a um valor do produto a que é ligada, alçando-o num plano superior como sendo digno de um rei, indicando, por conseguinte, que o produto é de “primeiríssima qualidade”, o que o enobrece e o faz capaz de elevar o *status* do consumidor.

Também as cores possuem um caráter denotativo, estético e cultural. A cor dourada, presente no rótulo, tem um caráter de nobreza, reforçando mais uma vez a intenção de enfatizar a qualidade do produto, associando-o com a nobreza. Já as outras cores que aparecem na marca, o amarelo e o vermelho, pertencem a um código industrial de reconhecimento do produto.

Essa mesma preocupação em associar o nome do produto a uma qualidade, que aparece na “Manteiga Real” é explorada também em outras marcas, como é o caso do “Fumo Invejado”, do “Fumo Talisman” e da “Manteiga Vitória” apontando, num sentido mais amplo, para a utilização de símbolos que pudessem reforçar o orgulho nacional e a qualidade do produto nacional.

## Considerações finais

Muitas das possibilidades aqui somente apontadas apresentam-se como um campo privilegiado de investigação da visualidade popular brasileira da primeira metade do século XX. Nas diferentes vertentes da estampa litográfica mineira do período abordado, seja na incorporação do repertório imagético europeu, na sua mistura com imagens tipicamente locais e ainda no uso de símbolos e signos que visam reforçar o caráter nacional e a qualidade do produto, nota-se o desenvolvimento de uma visualidade híbrida, unindo elementos da arte culta e da arte popular. Essa visualidade tem sido apropriada por vários artistas contemporâneos, que através de seus trabalhos exploram esse diálogo entre uma visualidade culta e uma visualidade popular, abrindo, assim, uma outra possibilidade de investigação sobre esse assunto, através de seus desdobramentos no trabalho desses artistas.

## Referências

### Livros

- BARNICOAT, J. *Los carteles – Su historia y lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili, 1973.
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- CAMARGO, Mário de (Org.). *Gráfica – Arte e indústria no Brasil, 180 anos de história*. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.
- CHEVALIER, Jean, GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de Símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.
- DOMINGUES, Diana. *A arte do século XXI - A humanização das tecnologias*. São Paulo: Editora UNESP, 1997.
- FLEXA RIBEIRO. *História Crítica da Arte*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1965.
- FOUCAULT, Michel. *Isto não é um cachimbo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- HUYSSSEN, Andreas. *After the great divide – Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1987.
- PANOFSKY, E. *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- PORZIO, Domenico (Ed.). *Lithography – 200 years of art, history and technique*. London: Bracken Books, 1983.
- REIS, José Carlos. *A História entre a filosofia e a ciência*. Belo Horizonte: Ática, série Fundamentos, s/d.
- RIBEIRO, Marília Andrés. *Neovanguardas: Belo Horizonte - Anos 60*. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 1997.
- ROBINSON, Andrew. *The story of writing*. London: Thames and Hudson, 1995.
- VAINFIAS, Ronaldo & CARDOSO, Ciro Flamarion. *Domínios da História*. Rio de Janeiro: Campos, 1997.
- WILSON, Simon. *A Arte Pop*. Barcelona: Labor, 1975.
- ZANINI, Walter. *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo: Instituto Walter Moreira Salles e Fundação Djalma Guimarães, 1983.

### Catálogos

- SAMPAIO, Márcio. *25 Anos de Litografia de Arte em Minas*. Juiz de Fora; Belo Horizonte: Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage: Secretaria do Estado de Cultura: Rede Globo - Minas, jun. 1986.
- SAMPAIO, Márcio. Primeiríssima qualidade (Anotações sobre a litografia em Minas Gerais). *Memória da Litografia em Minas Gerais* (Catálogo da exposição com curadoria de Lotus Lobo). Belo Horizonte: Museu Mineiro, abr./jul. 1988.
- VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas. *Registros da arte brasileira – litografias Série 2000*. Belo Horizonte, C/Arte, 2000.

### Inéditos

- VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas. *Caligrafias e Escrituras: Diálogo e intertexto no processo escritural nas artes no século XX*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras/UFMG, 2000. Tese de Doutorado em Letras – Literatura Comparada.

## Referências Iconográficas



Figura 1 - Rótulo "Fumo Invejado", estamperia litográfica. Fonte: Acervo do Atelier de Litografia da Escola de Belas Artes da UFMG.



Figura 2 - Rótulo "Manteiga Real", estamperia litográfica. Fonte: Acervo do Atelier de Litografia da Escola de Belas Artes da UFMG.