

# Iniciativas Impressas

*Printed Initiatives*

por **Maíra Dietrich**  
**Regina Melim**

## RESUMO

Esse artigo constrói um breve mapeamento de iniciativas quanto à produção em publicação de artista no campo das artes visuais desde os anos 1960/70 até a atualidade. Os exemplos escolhidos trazem uma multiplicidade de usos da publicação em diferentes situações levantadas por coletivos de artistas. Incluem propostas expositivas, estratégias de circulação, coletivos editoriais, periódicos, etc. A partir da falta de interesse e reconhecimento institucional para com a publicação de certos materiais, podemos perceber a mobilização dos artistas e coletivos no sentido de criar estratégias para apresentação e circulação dos seus trabalhos, criando circuitos paralelos, organizações sem fins lucrativos para circular, produzir e vender, além da articulação através de redes alternativas de produção e intercâmbio de publicações.

Através do estudo das iniciativas que permeiam a publicação de artista, buscamos discutir como os conceitos intrínsecos ao trabalho de publicação reverberam nas estratégias e práticas criadas para apresentação e circulação dessa produção.

**Palavras-chave** *publicação de artista, circuitos paralelos, estratégias expositivas*

## ABSTRACT

This article constructs a brief mapping of initiatives in the production of artist's publications within the visual arts since the 1960/70 to the present. The chosen examples brings a multitude of uses of the publication in different situations raised by artist's groups, exhibition proposals, strategies for presentation, editorials collective, journals, etc. From the lack of interest and institutional recognition to the publication work, we can see the mobilization of artists and collectives creating strategies for presentation and circulation of their work, parallel circuits, and non-profit organizations to move, produce and sell through alternative networks of production and exchange of publications.

Through the study of initiatives that involve the artist's publications, we seek to discuss how the concepts intrinsic to the work of artist's publication reverberate in the strategies and practices designed for presentation and circulation of this production.

**Keywords** *artist's publication, parallel circuits, exhibition strategies*

### Introdução

O mapeamento que pretendo construir com esse artigo parte de duas situações, a primeira, uma pesquisa histórica realizada a partir de exemplos escolhidos por criarem situações interessantes e por trazerem pontos de vista e usos diferenciados da publicação de artista em diferentes circunstâncias; e a segunda, uma experiência pessoal como artista e integrante de um grupo de pesquisa que atua com exposições e mapeamento da produção em publicação na atualidade. Na interface da pesquisa histórica com a vivência dessa produção recente, o artigo aborda diversas situações onde a publicação se apresenta em diferentes formas, como trabalho de arte, como exposição, como periódicos criados por coletivos de artistas, examinando também as dinâmicas de funcionamento e articulação das editoras independentes e feiras de publicação de artistas.

O termo *publicação de artista* não se refere necessariamente à qualidade impressa desse material, mas toda produção/proposta de arte que tenha em si o pensamento e a dinâmica da publicação. Um material híbrido que carrega os conceitos de *reprodução* e *estratégia de circulação*, tornando impossível e desnecessária uma categorização rígida sobre essa produção que abriga livros, cartazes, adesivos, produção sonora, objetos, periódicos, postais, entre outros.

A produção artística em publicação permeia diferentes momentos da história da arte, a partir de experimentalismos que justapõem as áreas das artes visuais, literatura e *design* gráfico. Essa produção desponta durante os anos 1960/70, partindo de uma série de inadequações do espaço institucional da arte, evidenciando a busca por novos lugares e novas situações de inserção para o trabalho artístico. Neste sentido a publicação foi um desses novos lugares encontrados, um veículo adequado à proposta de vários artistas, buscando focar a multiplicação como estratégia política para tornar o trabalho mais acessível.

O fato de ser um objeto tátil proporciona o acesso direto do público com o objeto de arte, a tiragem ampla torna o material mais próximo, tanto para o seu acesso quanto para a sua aquisição. São trabalhos de arte que podem ser levados ao universo privado, estendendo o tempo vivo desta proposição, permitindo que ultrapasse a duração da exposição ou dos contextos e espaços nos quais se inseria.

Sua qualidade portátil proporciona acesso a circuitos expandidos fora do oficial das artes visuais, conseqüentemente seus destinos se tornam praticamente imprevisíveis, desde estantes em livrarias, catalogações equivocadas, sebos, coleções particulares e, às vezes, a perda na obsolescência.

A publicação de artista carrega em si a desmaterialização da arte conceitual, somada as estratégias democráticas proporcionadas pelas tiragens. São empreitadas conceituais e estratégicas, construindo um trabalho de arte acessível, público, político, vivo e dinâmico.

### Iniciativas/Publicação

Na década de 1960 um extenso número de publicações surgiu na produção de muitos artistas, o grupo Fluxus talvez tenha sido um dos que produziram com maior intensidade, criando um circuito através de envio pelo correio, distribuição gratuita entre amigos e o mais singular de todos, as LOJAS FLUXUS que funcionavam como um circuito paralelo para venda e circulação desses trabalhos de arte. Por muito tempo o Fluxus funcionou como um coletivo de artistas de diversos países que se reuniam ao redor de um novo jeito de pensar e viver a arte, intercambiando através da sua rede, trabalhos e propostas. Foram artistas Fluxus: George Maciunas, Yoko Ono, Ben Vautier, Dick Higgins, Ken Friedman, George Brecht, Joseph Beuys, Nan June Paik, etc. O Fluxus deixou uma produção riquíssima em vídeos, registros de *happenings*, performances, assim como material de publicação de artistas, cujo melhor exemplo são os CARTÕES FLUXUS - publicações em pequeno formato, que continham instruções de trabalhos de arte convidando qualquer um a tomar para si e realizar uma ação artística da maneira que desejasse, eram confeccionados a partir de uma produção simples visando grande circulação. As Caixas Fluxus igualmente, eram propostas também interessantes pois além de reunirem trabalhos de publicação individuais de cada artista eram, elas mesmas, um trabalho de publicação realizado coletivamente com tiragem e diferentes edições. Toda a produção do Fluxus circulava pela rede de correio, distribuição entre amigos, artistas Fluxus e pessoas interessadas. O Fluxus é um exemplo tomado como uma das referências, pois não apenas produzia publicações de artistas, individual e coletivamente, mas tornava visível a intensa mobilização dos artistas, no sentido de criar estratégias de circulação para a sua própria produção, construindo redes e circuitos paralelos para veicular o próprio trabalho de arte.



1. Flux Year Box 2, 1968.

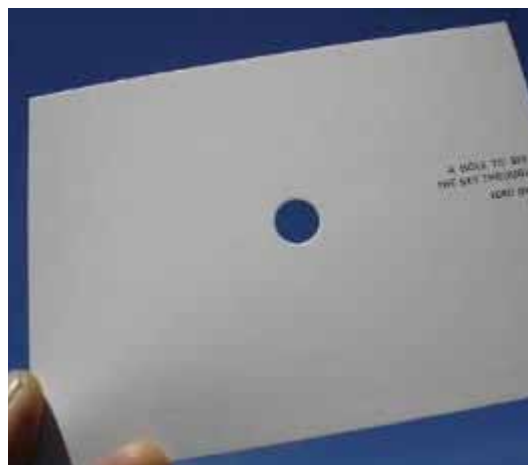


2. Flux Year Box 6, 1970.

## Iniciativas Impressas



3. *Spell your name with these objects*, 1976.



4. *A Hole*, cartão fluxus, Yoko Ono, 1971.

## Iniciativas/Exposições

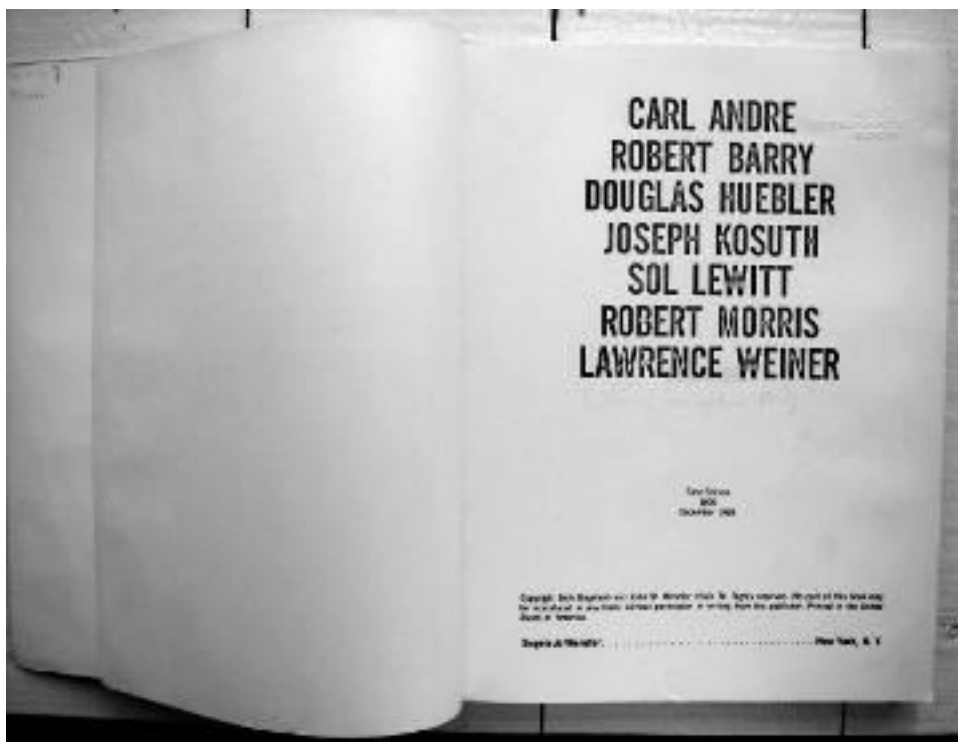
Quando pensamos a publicação como uma proposta de exposição, as estratégias do galerista/agenciador SETH SIEGELAUB também são uma grande referência para essa pesquisa e tantas outras que permeiam publicações de artistas. Siegelauub foi uma figura muito interessante para o momento da arte conceitual nos anos 1960/70. Tinha um contato muito próximo com os artistas Robert Barry, Douglas Huebler, Joseph Kosuth e Lawrence Weiner, representados inclusive por ele na *Seth Siegelauub Contemporary Art*, uma galeria de arte em Nova York que acabou fechando as portas por motivos financeiros, e a partir disso Siegelauub passou a reavaliar a necessidade de manter um espaço físico fixo para apresentação do trabalho dos artistas conceituais, configurando a urgência de novas estratégias para acontecimento e distribuição, tanto da arte (o que ele chamava de informação primária) quanto da informação artística (informação secundária). Siegelauub passou a usar e subverter a noção de catálogo, pensando este não apenas como um objeto submisso que fazia referência a uma exposição acontecida em determinado período de tempo, mas pensando esse 'espaço' como equivalente a exposição, ou mais, 'catálogo'/publicação como a própria exposição. O formato impresso apareceu como esse novo lugar/estratégia para acontecimento das exposições organizadas por Siegelauub. Foi um movimento sintetizador de vários conceitos do projeto conceitual, pois afirmava e praticava que as idéias, assim como os trabalhos de arte, não precisavam mais necessariamente de um espaço físico para acontecerem.

A idéia de uma exposição portátil, que pode ser transportada e levada para diferentes lugares, quebra a convenção de 'grandes centros artísticos', pois a cena artística passa a ser qualquer lugar que tenha um artista.

As publicações/exposições organizadas por Siegelauub demonstram uma série de escolhas feitas por ele visando não imprimir um estilo curatorial nas suas exposi-

## Iniciativas Impressas

ções/publicações, mantendo uma posição neutra, sem títulos temáticos, sem textos de apresentação, evitando apresentar sempre os mesmos artistas. Siegelaub prezava muito por uma não diferenciação entre os artistas no espaço da publicação. Os trabalhos eram dispostos na publicação segundo a ordem alfabética dos artistas e todos tinham o mesmo espaço na publicação. Um exemplo interessante é o THE XEROX BOOK, uma exposição/publicação organizada por Siegelaub em dezembro de 1968, com os artistas: Carl Andre, Douglas Huebler, Joseph Kosuth, Lawrence Weiner, Robert Barry, Robert Morris e Sol LeWitt. Seu nome simbolizava a reprodução rápida e econômica, gerando uma “cópia suja”. Cada artista tinha o espaço de quatro páginas (inclusive aqueles que por algum motivo deixaram de participar tiveram suas quatro páginas deixadas em branco) para realizar trabalhos que experimentassem as possibilidades da fotocópia. Algum tempo depois do seu lançamento a publicação foi renomeada de THE PHOTOCOPY BOOK, evitando associações inconscientes e equivocadas com a empresa Xerox.



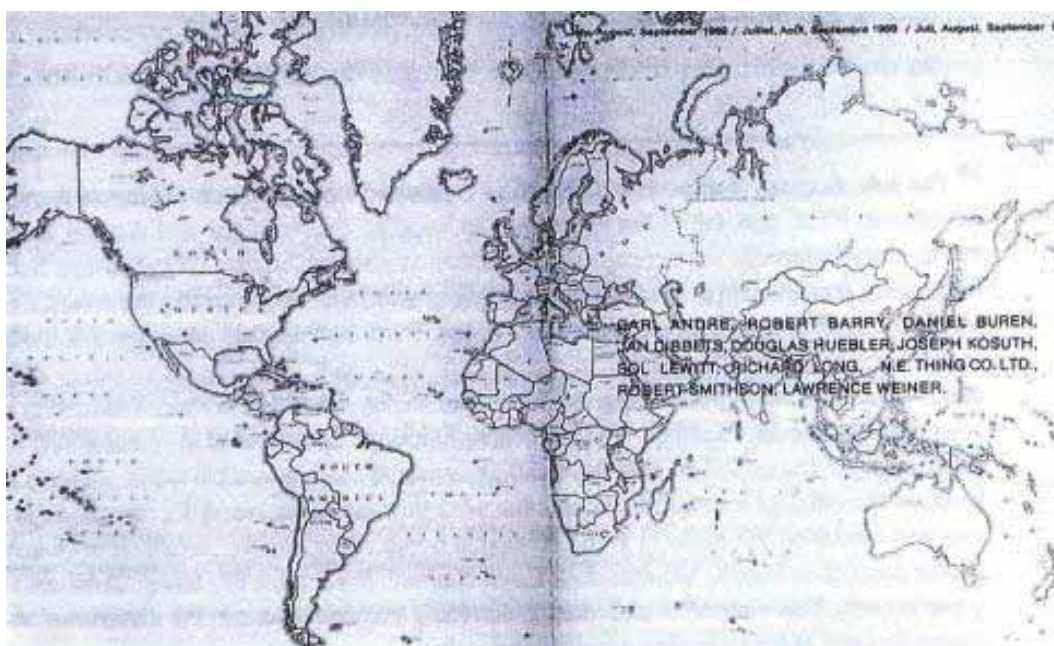
5. *The Xerox Book*, 1968

Outra importante exposição/publicação de Siegelaub foi realizada no ano seguinte, JULY AUGUST SEPTEMBER 1969 - uma exposição que contou com o trabalho de onze artistas acontecendo cada um deles em um lugar diferente, o único lugar onde a exposição acontecia como um todo era na publicação. Entendida como uma exposição/catálogo JULY AUGUST SEPTEMBER 1969 teve uma edição trilingue e consolidou as posturas de Siegelaub quanto às exposições/publicações, pois mais uma vez a publicação não tinha textos introdutórios e cada artista tinha o espaço de duas páginas. O fato dos trabalhos terem acontecido em diferentes lugares e a exposi-



## Iniciativas Impressas

ção/publicação ser traduzida em três línguas evidencia a intenção de Siegelau em transcender a noção de centros artísticos, apostando em uma comunicação global e usando a publicação como um meio para colocar isto em prática. Participaram os artistas: Carl Andre que realizou seu trabalho em The Hague; Daniel Buren em Paris; Douglas Huebler em Los Angeles; Jan Dibbets em Amsterdam; Joseph Kosuth em Portales, no Novo México; e Lawrence Weiner em Niagara Falls, Nova York e Ontário; o coletivo N.E. Thing Company em Vancouver; Richard Long em Bristol na Inglaterra, Robert Barry em Baltimore; Robert Smithson em Yucatán, no México; e Sol LeWitt que realizou seu trabalho em Düsseldorf.



6. July August September 1969, 1969

## Iniciativas/Lugares

Durante este período de grande produção de publicações de artistas, nas décadas de 1960/70, não havia interesse por parte dos museus e galerias em incluir ou expor esse material nos seus espaços expositivos. A publicação não era vista como um trabalho em si, e sim como parte do processo para a construção de um trabalho futuro. Não havia interesse institucional em realizar um estudo mais atencioso sobre essa produção, muito menos efetuar a sua aquisição e conservação. Isto levou os próprios artistas a criarem lugares que garantissem a circulação e documentação desse material, a PRINTED MATTER, INC. e a FRANKLIN FURNACE, INC. nasceram no mesmo ano, em 1976 e sob o mesmo cenário de profusão de publicações de artistas. A PRINTED MATTER, INC. foi uma iniciativa da crítica Lucy Lippard e do artista Sol LeWitt, buscava ser um catalisador da produção em publicação, e tinha como missão promover circulação, disseminação, venda e amostragem. Foi criada no Soho e funciona até hoje, atualmente no Chelsea, em Nova York, e é

## Iniciativas Impressas

considerada a maior organização sem fins lucrativos que promove a publicação de artistas. Assim como a FRANKLIN FURNACE, INC., iniciativa da artista Martha Wilson, que enviou convites a vários artistas encorajando-os a enviarem três exemplares de algum material em publicação de artista para que fossem guardados e mostrados por ela. Hoje a *Franklin Furnace, Inc.* tem um acervo de mais de 13.500 títulos, vendido em 1993 para o *Museum of Modern Art* (MoMA) em Nova York, visando melhores condições de conservação dos trabalhos. A venda foi feita sob a condição que o MoMA mantivesse a política aberta de aceitar para o acervo da *Franklin Furnace, Inc.* qualquer tipo de trabalho que o artista considerasse publicação. Depois de um tempo funcionando com funções similares, a *Printed Matter Inc.* e a *Franklin Furnace, Inc.* dividiram as responsabilidades: a primeira ficaria responsável pela venda, distribuição e produção, e a segunda pela catalogação, exibição e preservação desse material.



7. Loja da Printed Matter, Inc. em Nova York. 8. Site da Franklin Furnace, Inc.

## Iniciativas/Periódicos

Se destacam na produção artística que utiliza a publicação como meio, os periódicos realizados coletivamente em diversos países, entre eles a revista PARKETT, realizada desde 1984 pelo coletivo suíço composto por Jaqueline Burkhardt, Walter Keller, Peter Blum, Dieter von Graffenried e Bice Curiger que, optaram por editar uma revista ao invés de abrirem mais um espaço de arte, apostando na qualidade flexível e de fácil circulação da publicação. A PARKETT lança um novo número três vezes ao ano e tem como proposta motriz a colaboração com artistas e entre artistas. Nesta colaboração o espaço do artista estende-se além das páginas reservadas a ele, podendo reverberar em todo o corpo e conteúdo da revista.

## Iniciativas Impressas



9. Capas da revista *Parkett*.



10. Capa da edição do 20º aniversário

Uma importante referência brasileira em periódicos e publicações é o CAPACETE ENTRETENIMENTOS, organizado pelo artista Helmut Batista. O *Capacete* funciona como uma plataforma de residências e publicações de artistas, sediada no Rio de Janeiro. Entre suas atividades, o Capacete editou de 2001 a 2004, um jornal trimestral, chamado *PLANETA CAPACETE*, que se propunha a documentar e promover propostas artísticas no cenário editorial brasileiro. O jornal tinha no seu projeto gráfico/editorial algumas configurações básicas a fim de viabilizar sua tiragem de 7.000 exemplares, destinados a distribuição nacional em instituições culturais e de ensino. Mas cada edição era recriada por um artista convidado, com a liberdade de transformar o projeto gráfico e o projeto editorial. O *PLANETA CAPACETE* teve 12 edições das quais participaram os artistas: Amano Shinoda, Laura Lima, Lucia Koch, Carla Zaccagnini, Ana Infante, Camila Rocha, Rafael Lain, Angela Detânico, Grupo Res do Chão, Kelly Santos, João Domingues, Duchá, Marepe, Efrain de Almeida, Brígida Baltar, entre outros.



11. Edições do *Planeta Capacete* de Helmut Batista, Amano Shinoda, Lucia Koch, Kelly Santos e João Domingues.



### Iniciativas/Rede

A produção e viabilização de publicações de artistas geralmente está ligada a pequenas editoras independentes, organizações que agregam um grupo geralmente reduzido de integrantes, fazendo a divulgação do seu material através de um *web site* e lançamentos em espaços expositivos. As editoras e distribuidoras de publicações de artistas, além de articularem-se via rede, encontram-se em feiras nacionais e internacionais de publicação de artistas. No Brasil, podemos citar o SALON LIGHT, realizado no espaço da Tijuana (célula que integra a Galeria Vermelho de São Paulo, especializada em publicações de artistas). O *Salon Light* teve a sua primeira edição em agosto de 2009 através de uma parceria com o CNEAI - *Centre National de L'edition et de L'art imprimé*, da cidade de Chatou, na França. O evento teve duração de três dias reunindo editoras independentes brasileiras, latino americanas e editoras vinculadas ao CNEAI, realizando lançamentos de publicações, palestras e oficinas.



12. 1ª edição do *Salon Light* no espaço Tijuana.



13. 1ª edição do *Salon Light* no espaço Tijuana.

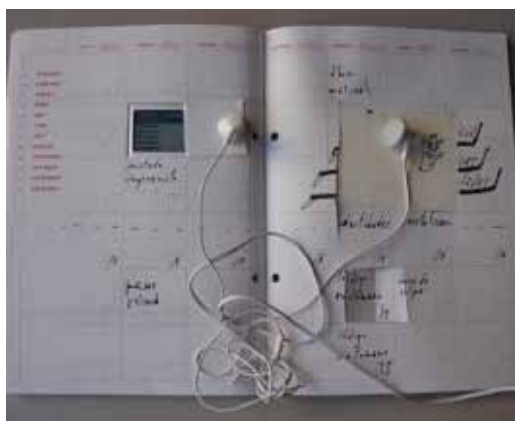
Podemos apontar também como ações locais, uma grande atenção/investimento das bienais, tanto a 28ª Bienal de São Paulo quanto à 7ª Bienal do Mercosul no que se refere ao formato da publicação como uma outra abordagem da exposição. Tanto na presença de trabalhos de publicação integrando o corpo da exposição quanto nas estratégias que vem sendo utilizadas, usando o meio impresso, visando ampliar os acessos do público ao conteúdo da bienal. A 28ª EDIÇÃO DA BIENAL DE SÃO PAULO, em 2008, teve como proposta o 3º ANDAR BIBLIOTECA, reservado para trabalhos ligados a questões de arquivo e coleção, os quais integravam trabalhos de publicação, como o *museumuseu* de Mabe Bethônico, o livro de Sophie Calle, e os painéis com os impressos da enciclopédia randômica - *O mundo explicado* do artista Erik Beltrán. Além disso, o Catálogo da Bienal constituiu-se na forma de periódicos semanais, editados e distribuídos gratuitamente em algumas estações de metrô da cidade de São Paulo.

## Iniciativas Impressas

14. Imagem do 3º andar da 28ª Bienal de São Paulo, trabalho de Rivane Neuenschwander.



15. Imagem do 3º andar da 28ª Bienal de São Paulo, trabalho de Leya Mira Brander.



16. Trabalho de Javier Peñafiel, integrante do 3º andar da 28ª Bienal de São Paulo, trabalho de Rivane Neuenschwander.



17. Imagem do 3º andar da 28ª Bienal de São Paulo, trabalho de Allan McCollum.

A 7ª EDIÇÃO DA BIENAL DO MERCOSUL de 2009 contou com uma CURADORIA EDITORIAL, coordenada por Erick Beltrán e Bernardo Ortiz, responsáveis por criar um sistema de publicações impressas que acompanhavam cada divisão da bienal, cada um criado de maneira diferente, com textos da curadoria, imagens, mapa de conceitos, etc. A curadoria editorial também foi responsável pela criação de um *site* que configurava um sistema paralelo de acesso e articulação para os trabalhos apresentados nesta inserção de trabalhos nos meios de comunicação convencionais, como intervenções em jornais de grande circulação, *outdoors* e redes de televisão.

## Iniciativas Impressas

18. Imagem do catálogo da 7ª Bienal do Mercosul, cartazes editados pela Curadoria Editorial.



19. Imagem do catálogo da 7ª Bienal do Mercosul, trabalho de Jorge Menna Barreto..

## Iniciativas/LOJA

Gostaria de finalizar com a exposição *LOJA*, proposta por Regina Melim do qual pude participar e acompanhar durante todas as suas edições. A *LOJA* propõe a criação de um circuito temporário e itinerante para apresentação e venda de trabalhos em publicação de artistas. A exposição é composta por trabalhos de diversos formatos como livros, adesivos, CD's, múltiplos, cartazes, postais, entre outros. Contou com cinco edições, nas cidades de Curitiba-PR, Florianópolis-SC, São Paulo-SP, Ribeirão Preto-SP e Porto Alegre-RS. Cada uma delas aconteceu em um contexto diferente: em Curitiba, no Núcleo de Estudos da Fotografia, um escritório/sala de aula; em Florianópolis, no Memorial Meyer Filho, uma pequena sala de exposições localizada no centro da cidade, com a montagem realizada sobre caixas de papelão. Em São Paulo a *LOJA* permaneceu por três dias no Beco da Arte, espaço pertencente a um coletivo de jovens artistas, localizado na Vila Mariana, usando como suporte o próprio mobiliário do Beco. Em Ribeirão Preto a *LOJA* aconteceu na ONG FINAC, espaço de dança para jovens, incorporando na sua montagem as caixas de papelão, barras de *ballet* e os espelhos como *display*. A última edição da *LOJA* aconteceu dentro do espaço institucional da UFRGS, na Pinacoteca do Instituto de Artes e teve duração de dois dias.

## Iniciativas Impressas

A LOJA é uma exposição que parte do conceito de *exposições portáteis* podendo ser sempre levada em malas e caixas, por uma ou duas pessoas. A partir do desdobramento prático vivido nas edições da LOJA, fica claro que o conceito não diz respeito apenas à característica portátil da exposição, mas também a sua qualidade maleável. Pois trata-se de uma exposição que se adapta ao lugar onde acontece, desde o mobiliário utilizado, tempo de duração, e público participante. Por questões práticas a LOJA é uma exposição que só funciona no espaço expositivo enquanto a equipe está presente, o que me proporcionou ocupar dois lugares simultaneamente: o primeiro, como pertencente ao coletivo que viajava e montava a exposição; o segundo, como artista participando com trabalho de publicação inserido na exposição. Essa posição simultânea me permitiu observar constantemente o trabalho de publicação acontecendo na exposição, ver os trabalhos, inclusive o meu, sendo ativados pelo público e as situações geradas a partir disso. Pois mesmo com a proposta de vida estendida do trabalho de publicação, existe uma qualidade imediata proporcionada pelo objeto tátil que pude perceber nesta exposição, e a partir disso transformar o espaço criado pela LOJA em um laboratório de experimentações com o meu próprio trabalho de publicação. Desta forma acabei apresentado cinco trabalhos diferentes nas diferentes edições da LOJA, podendo expor e observar as situações desdobradas pelo trabalho, propostos a cada edição.



20. LOJA em Florianópolis - SC  
dezembro de 2009



21. Montagem da LOJA,  
Ribeirão Preto - SP,  
abril de 2010



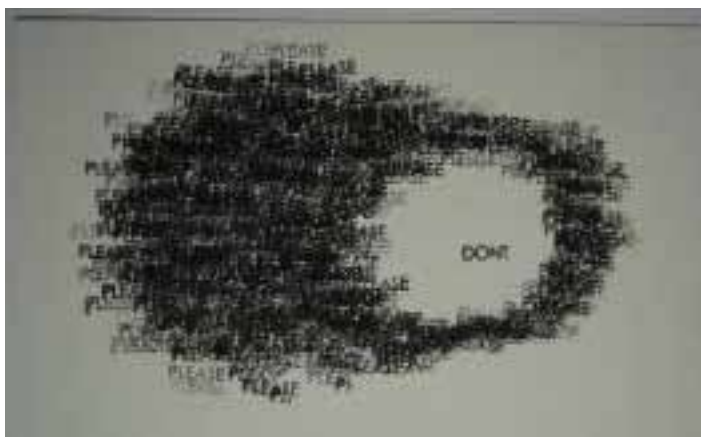
## Iniciativas Impressas

22. sem título, 2010  
trabalho integrante



23. *os estados da  
matéria*, 2009  
trabalho integrante  
da exposição LOJA

24. *please, dont*, 2010,  
série de carimbos  
integrante da  
exposição LOJA



25. *please, dont*, 2010,  
série de carimbos  
integrante da  
exposição LOJA



### Conclusão

Acredito que as informações e conceitos implícitos no trabalho de publicação de artista - desde a estratégia por trás da reprodução visando circuitos mais abrangentes, a qualidade móvel desse trabalho, o desejo de criar um trabalho de arte acessível a outros públicos - reverberam nos circuitos e dispositivos criados por esses trabalhos, desde publicações concebidas coletivamente, exposições/publicações, lugares que abriguem essa produção, periódicos, etc. As iniciativas impressas são propostas dinâmicas, constantemente renovadas, desejos lançados, reeditados, visando a criação de um circuito paralelo e o reconhecimento desse canal como uma proposta potente e coerente com a conjuntura da arte contemporânea.

### BIBLIOGRAFIA

- > ALBERRO, Alexander. **Conceptual Art and the politics on publicity**. Cambridge/London: MIT Press, 2003.
- > COHEN, Ana Paula Carvalho. **Espaço Operacional: estruturas flexíveis para práticas artísticas contemporâneas**. Dissertação de Mestrado em Artes Plásticas ECA-USP, 2005.
- > FERREIRA, Glória. **Arte como questão anos 70**. São Paulo: Instituto Tomie Ohtake, 2007.
- > LIPPARD, Lucy. **Six Years: the desmaterialization of the art object from 1966 to 1972**. Los Angeles/London: University of California Press, 2001.
- > NORWELL, Patricia. **Recording conceptual art: early interviews with Barry, Huebler, Kaltenbach, LeWitt, Morris, Oppenheim, Siegelau, Smithson, and Weiner**. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press, 2001.
- > SIEGELAUB, Seth. Sobre exposiciones y el mundo como todo: conversación con Seth Siegelau. In: BATTOCK, Gregory. **La idea como arte: documentos sobre el arte conceptual**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1977.
- > \_\_\_\_\_ e OBRIST, Hans Ulrich. **A Conversation between Seth Siegelau and Hans Ulrich Obrist**. NY/SP: TRANS> #6, 1999.
- > \_\_\_\_\_ e O'NEILL, Paul. **Action Man: Paul O'Neill interviews Seth Siegelau**. Amaterdan: The Internatioler, Issue 1, June 2006.
- > SHULTZ, Vanessa. **Lugar Publicação: artistas e revistas**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Artes Visuais, CEART/UDESC, Florianópolis, 2008.
- > WILSON, Martha e PADON, Thomas. Interview. In: LAUF, Cornelia e PHILLPOT, Clive. **Artists/Author: Contemporary Artist's Books**. New York: The American Federation of Arts, 1998.

### CATÁLOGOS/PERIÓDICOS

- > Guia da 28ª Bienal de São Paulo. São Paulo: Fundação Bienal: 2008
- > 7ª Bienal do Mercosul: grito e escuta. Porto Alegre: Fundação Bienal do Mercosul, 2009.

### SITES

- > [www.capacete.net](http://www.capacete.net)
- > [www.printedmatter.org](http://www.printedmatter.org)
- > [www.franklinfurnace.org](http://www.franklinfurnace.org)

**Maíra Fantin Dietrich**, bolsista de iniciação científica PROBIC/UDESC

*mairadietrich@gmail.com*

**Profª Drª Regina Melim Cunha Vieira**, professora do Dep. de Artes Visuais e orientadora do PPGAV/UDESC

*reginamelim@yahoo.com.br*