

# Formas de publicación y proyecto artístico

Autora: Irma Marco

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Aida Sánchez de Serdio  
PID\_00275679

## 1. Conocer las publicaciones

- 1.1. ¿Qué son las publicaciones?
- 1.2. Historia breve de las publicaciones
- 1.3. Características de una publicación
  - 1.3.1. Características comunes
  - 1.3.2. Características específicas: impreso frente a digital
- 1.4. Usos de una publicación
  - 1.4.1. La publicación como documentación de un proceso
  - 1.4.2. La publicación como proyecto de arte

## 2. Tipos de publicaciones

- 2.1. Ediciones de una página
- 2.2. Fanzines
  - 2.2.1. ¿Qué son los fanzines?
  - 2.2.2. Características
  - 2.2.3. Algunos ejemplos
- 2.3. Libros y publicaciones experimentales

## 3. Cómo elaborar una publicación

- 3.1. Conceptualizar una publicación. Relación forma-contenido
- 3.2. Fases del proyecto editorial: preproducción, producción y posproducción
  - 3.2.1. Preproducción
  - 3.2.2. Producción
  - 3.2.3. Posproducción
- 3.3. Consejos para la preparación de archivos: paginación y artes finales
- 3.4. Software y medios de reproducción

## 4. Difusión, performatividad y publicación expandida

- 4.1. Introducción
- 4.2. Publicar, una declaración de intenciones
  - 4.2.1. La publicación expandida
  - 4.2.2. La publicación expandida en el arte
  - 4.2.3. Impresión y prácticas disidentes y pedagógicas

### 4.3. Potencialidad transformadora de las publicaciones

#### **Referencias bibliográficas**

---

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.1. ¿Qué son las publicaciones?

Este texto está dirigido a aquellas personas que quieran aproximarse al ámbito de las publicaciones. Se trata de un material introductorio con aspectos clave de tipo descriptivo y también con algunos consejos prácticos. Los objetivos de este manual son adquirir una serie de conocimientos teóricos y contextuales, así como proporcionar herramientas que nos permitan realizar nuestras propias publicaciones de manera razonada.

El término *publicación* se refiere, según el diccionario de la RAE, a la «acción y efecto de publicar». Encontramos también una segunda acepción que se refiere directamente a la publicación en tanto que «escrito impreso, como un libro, una revista, un periódico, etc., que ha sido publicado». Detengámonos por un momento en la acción de publicar. Cuando publicamos algo, estamos compartiendo o haciendo públicos una serie de contenidos: escritos, imágenes, acciones... Si pensamos en plataformas digitales como las redes sociales, por ejemplo, podemos tener una idea muy nítida de cómo funciona este proceso y sus implicaciones: disponemos de un contenido en nuestro dispositivo que, pongamos por caso, solo nosotras conocemos; en el momento en el que pulsamos el botón mágico, el contenido ya no está solo en nuestro dispositivo, sino que acaba de ser difundido a toda una red de personas usuarias, el público digital.

Las publicaciones de las que hablaremos aquí suelen llamarse también publicaciones editoriales, ya que se trata de elementos que han sido previamente editados. La edición sería el proceso a través del cual transformamos una idea y unos contenidos en bruto en un material con una forma y estilo concretos. En el proceso editorial intervienen tanto la toma de decisiones sobre la idea, presentación y organización de los contenidos, como la utilización de una serie de herramientas: procesadores de texto, imagen, diseño, maquetación, etc. Una publicación editorial puede materializarse de manera física (papel o similares) y/o digital (bits con una apariencia determinada). Los formatos editoriales que comúnmente reconocemos pueden ser los libros y las revistas. Ahora bien, sean estos elaborados de manera física o electrónica, el universo editorial es extenso, complejo y, sobre todo, en términos de producción, implica a menudo unos altos costes económicos y un engranaje de agentes y factores aparentemente lejos de nuestro alcance.

Pero ¿y si queremos hacer nuestra propia publicación editorial? ¿Qué necesitaríamos saber para poder publicar nosotras mismas? Para dar respuesta a estas preguntas, nuestro material se va a centrar no tanto en las publicaciones editoriales en general, sino en aquellas que están producidas de un modo más cercano, a veces incluso artesanal, a partir de medios que se encuentran a nuestro alcance. Este tipo de publicaciones están contextualizadas en lo que suele llamarse autoedición, microedición o edición independiente. Existen más términos, diferencias y matices que los aquí mencionados. Esto abre un extenso campo de investigación que nos aventuraremos aquí a apuntar de manera muy sintética. En palabras de Ricardo Duque, las autoediciones, «autopublicaciones o *small press* son un conjunto de prácticas en torno a la edición que acumulan modos de hacer» (Ramos, 2015). Podríamos añadir que estas prácticas se caracterizan por ser las autoras quienes se encargan de todo el proceso, desde la parte creativa hasta la distribución. Con respecto a la microedición, según Clara-Iris Ramos, sería «una forma de editar comprendiendo las posibilidades de las escalas pequeñas» (Ramos, 2020). Por último, podríamos entender la edición o publicación independiente como una actividad realizada por una serie de agentes o colectivos que se dedican, con una continuidad más o menos regular, a la actividad editorial y que tienden a priorizar la calidad de los contenidos, la libertad en su selección y el cuidado durante el proceso, frente al beneficio económico sin más.

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.2. Historia breve de las publicaciones

La historia de la autopublicación o microedición está evidentemente relacionada con la historia de los libros, si bien es cierto que posee a su vez una trayectoria propia, con implicaciones y características que la hacen única. Nos trasladamos por un momento a los orígenes del soporte impreso, el elemento más esencial y primigenio de esta historia. Se dice que los primeros manuscritos antiguos datan del III milenio a. C. en Mesopotamia. Estos textos tenían un soporte de arcilla y se podían transportar. Otros soportes que surgen a partir de esta época son el papiro en el antiguo Egipto o el pergamino, seguido en el tiempo por el descubrimiento del papel en China, a partir del siglo II a. C. Avanzando un poco más, encontramos los códices, que tuvieron un papel esencial hasta finales de la Edad Media. El códice (del latín *codex*, *-icis*) era básicamente el modelo de libro actual, pero escrito a mano. Se componía de cuadernos plegados, cosidos y encuadernados que permitían la escritura en ambos lados de cada hoja, denominadas páginas. A mediados del siglo XV se inventa oficialmente la imprenta moderna, hito que revolucionará la transmisión de la letra y la imagen impresas.

Como vemos, no podemos separar la historia de la publicación de los medios que, a lo largo del tiempo, han permitido su producción y reproducción. Históricamente, algunas ediciones surgidas de los márgenes, y a menudo prohibidas, no podían elaborarse en talleres oficiales. La característica de elemento oculto y/o de corto alcance hizo que se hubiesen de producir de manera casera y a menudo también clandestina, con maquinarias de pequeño tamaño, capaces de ser transportadas o escondidas fácilmente, y de fácil manejo, ya que no siempre eran utilizadas por profesionales. Encontramos ejemplos de estas prácticas a partir del siglo XV en la literatura de cordel, de carácter popular y cercano, y también en el libelo y el panfleto político, este último utilizado en el siglo XIX por el movimiento obrero, con un lenguaje crudo, poco refinado, más centrado en generar reacciones que en una supuesta objetividad en la transmisión de información.

Cabe destacar también las técnicas Freinet de la *Escuela Moderna* (\*), un modelo pedagógico experimental implementado a partir de 1920 en el que los alumnos generaban y compartían sus propios discursos a través de técnicas, como la imprenta escolar, componiendo e imprimiendo sus propias publicaciones. También es ampliamente conocido el uso del ciclostil para impresión de la mencionada propaganda política. Un caso llamativo por su *modus operandi* fue el polémico grupo MIL (*Movimiento Ibérico de Liberación* (\*)), que durante la dictadura española financió sus publicaciones impresas con el dinero que obtenían atracando bancos. También, numerosos autores a lo largo de la historia, como Edgar Allan Poe, Virginia Woolf, H. P. Lovecraft, Jorge Luis Borges o Alejandra Pizarnik entre otros, cuyos trabajos rompían con los parámetros estéticos y conceptuales de su momento, se autopublicaron algunas de sus obras. Esta necesidad de autopublicarse que vemos a lo largo de la historia está relacionada, entre otras cosas, con una voluntad de generar y difundir ideas de manera independiente a los discursos hegemónicos u oficiales. Se trata de una defensa a ultranza de las ideas, aunque estas sean distintas y no generen directamente un beneficio económico.



Figura 1. Ediciones Mayo 37, Folleto impreso, entre 1971 y 1973  
Fuente: <<https://pbs.twimg.com/media/EbDNqjuXgAAHkT4.jpg>>.

A partir del siglo xx se abren nuevas posibilidades en la edición y publicación experimental. Son los diferentes movimientos de la vanguardia artística quienes empiezan a utilizar el formato editorial de manera novedosa, dando lugar a publicaciones que rompieron muchas de las normas establecidas. Uno de los primeros movimientos en trabajar con publicaciones fueron los futuristas italianos, que utilizaban el panfleto como formato para difundir sus manifiestos. Un caso emblemático y frecuentemente mencionado es la acción que perpetraron subiendo a la torre del reloj de la plaza de San Marcos en Venecia para lanzar sus panfletos incendiarios en contra del modelo de ciudad clásica. También el grupo dadaísta, antecesores claros del fanzine –que comentaremos más adelante– realizaron experimentos gráficos impresos de carácter efímero, visibles en la revista *Dada*, impresa en 1917 con *letterpress* (\*), forzando de manera extrema las posibilidades expresivas de la tipografía, rompiendo el clásico sistema reticular, e introduciendo el *collage*, con el que conseguirían reapropiarse y recontextualizar contenidos ya existentes. Además de la innovación en el uso del formato editorial, también es notorio cómo la proliferación de estos soportes impresos pudo ver la luz gracias a la colaboración de algunos impresores que ayudaban a sortear los problemas con la censura, y que promovían la autopublicación haciendo asequibles las condiciones económicas a estos creadores para que pudiesen seguir produciendo.

Otro antecedente directo de las autopublicaciones son los experimentos del grupo artístico Fluxus, activo desde el año 1960. Con Fluxus comienzan a darse multitud de actos artísticos en forma de *happenings*, acciones que implican el cuerpo en movimiento, el sonido en directo, etc. Estas piezas de arte en vivo, difícilmente archivables como obra, propiciaron una necesidad de documentar sus procesos y resultados, lo que dio lugar a publicaciones multiformato. Los *Fluxkits* o *Fluxus Boxes* eran cajas de edición limitada, diseñadas cuidadosamente y que contenían elementos como mapas, folletos, panfletos, entradas de sus eventos, carteles y soportes sonoros, y cuya producción era relativamente asequible y fácil de llevar a cabo con pocos medios. Se trata de una cierta revolución si pensamos que el objeto editorial acaba transformándose en la obra de arte en sí misma. También existió una red de colaboraciones muy fructífera entre artistas que se generó a raíz de los experimentos Fluxus y que propició posteriormente la aparición del Mail Art, otro movimiento de necesaria mención, que el inclasificable Ulises Carrión elevaría a la máxima potencia. También son notorias las aportaciones del Arte Conceptual que, gracias a sus posicionamientos teóricos, ayudó a dotar a la publicación de una cierta independencia como formato de creación. Estas experiencias, que en su momento surgieron para dar respuesta a inquietudes específicas, han configurado el panorama expandido de potencialidades de la publicación que conocemos hoy en día.





Figura 3. Ulises Carrión, *Ephemera*, edición 6 de abril de 1978  
Fuente: <<https://monoskop.org/>>.

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.3. Características de una publicación

### 1.3.1. Características comunes

Tanto en soportes impresos como electrónicos, y aunque siempre exista alguna excepción que rompa la regla, podemos identificar una serie de características comunes a cualquier tipo de publicación. A continuación describimos algunas de las más esenciales:

#### El formato

Una publicación es un elemento que funciona como unidad independiente de contenido. Dando por sentada la existencia además de publicaciones seriadas organizadas por tomos o secciones que forman un total, en cuyo caso podríamos hablar de codependencia entre las partes, una publicación es, en definitiva, un objeto. Este objeto puede ser plano, como un folleto, fácilmente transportable como un fanzine, voluminoso como un libro extenso o hecho de bits como un blog. De entre una multiplicidad de escenarios infinita, y sea como sea nuestro objeto, su contenido es narrado a través del espacio que este ocupa. La forma que nuestro objeto editorial adopte está, a su vez, estrechamente ligada a ciertas voluntades y constricciones de producción, pero esto lo veremos más adelante. Por poner un ejemplo aleatorio, si queremos hacer una publicación interpretando de manera personal el *Génesis* (\*), como ya hizo en su momento Roberto Equisoain, no será lo mismo si copiamos el libro original entero en mil páginas tamaño pulgá que si queremos reproducirlo todo en una única página de cien por cien centímetros; la sensación que generen ambas opciones será totalmente distinta. Por tanto, si hablamos de un soporte impreso, sabemos que nuestro objeto definitivo tendrá unas medidas determinadas, un volumen X y un número de páginas Y. Lo mismo ocurrirá con las publicaciones digitales, ya que en estas también hemos de establecer un número de páginas, así como un diseño de formato: cuadrado, rectangular apaisado, etc.

#### La página, unidad mínima de contenido

Cualquier publicación que encontremos parte de una noción de página. La página es el elemento básico de contenido que organizará nuestras publicaciones. Veremos más adelante que incluso hay publicaciones que están resueltas en una única página, pero siempre existirá esta medida, incluso si decidimos que nuestras páginas sean trozos de tela enormes impresos con una apisonadora y planchas de xilografía, como hicieron Clara-Iris Ramos y el equipo Espai Brut en el festival de autoedición Gutter Fest. La composición por páginas generalmente sigue el esquema portada + contenido + contraportada. Esta estructura básica nos la podemos saltar a la hora de hacer nuestra publicación, siempre y cuando conceptualmente este quiebro tenga sentido, o refuerce de algún modo la idea que queremos transmitir. Así hicieron Mario Santamaría y Blanca Crovetto en su publicación *To my wife*, cuya portada se encuentra en la página 91 y viceversa.





Figura 4. *La Piconadora*, fanzine colaborativo, Gutter Fest (6.ª edición, 2018), impulsado desde Modesta y Espai Brut  
Fuente: <<https://www.facebook.com/pg/fanzinotecalamodesta/photos/>>.

### **Transmisión de ideas o información**

De la misma manera que las publicaciones son unidades independientes o codependientes de contenido, también son elementos que nos cuentan una historia. No nos referimos tanto a historia en un sentido narrativo estricto, que también puede ser, sino al hecho de que cada publicación es el resultado de la voluntad de transmitir o expresar algo, sea de manera más descriptiva, sugerente o crítica. Nuestra publicación será un elemento que nos sirva de vehículo para expresar algo que queremos comunicar al exterior, compartir con alguien. En este sentido, es muy importante que cuidemos los detalles que la componen para que cada uno de ellos contribuya a contar la idea que queremos transmitir, desde la tipografía que utilicemos, pasando por el tipo de imágenes, los colores y su combinación, la estética general, etc. Asimismo, también es importante tener claro a qué tipo de público queremos dirigirnos, para ajustar el enfoque de manera que llegue correctamente a donde queremos.

### **Autoría**

Como en todas las esferas de la vida, un proyecto se puede acometer en solitario o en compañía, todas las opciones son buenas mientras se adapten a lo que deseamos hacer. En el contexto de la microedición es muy frecuente la elaboración colectiva de publicaciones, la colaboración entre distintas personas para dar lugar a un único resultado final. Este proceso es muy recomendable. Una publicación puede estar hecha por una persona, por muchas a la vez, por varias que se encargan de distintas partes del proceso (redacción, imágenes, diseño, impresión, distribución...), por muchas autoras que se lanzan por primera vez a editar... Las combinaciones son múltiples y variadas.

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.3. Características de una publicación

### 1.3.2. Características específicas: impreso frente a digital

La desaparición del formato impreso lleva anunciándose desde finales del siglo XIX, cuando diversos avances tecnológicos clamaban la muerte del papel en favor de los nuevos formatos eléctricos. Sin embargo, es curioso que el formato impreso ha ido transformándose y adaptándose a lo largo del tiempo y todavía está muy presente entre nosotros. Ahora bien, sabemos que de manera oficial y desde hace ya muchos años, el papel convive en estrecha compañía de textos digitales en línea, *e-books*, *smartphones*, etc. Una buena parte de los textos están editados en la nube digital y son de acceso telemático, rápido y directo, independientemente del lugar donde el lector se encuentre (Coloma y Marco, 2017, pág. 24).

#### Características de la publicación impresa

Como característica propia de la publicación impresa encontramos que generalmente utiliza el soporte papel. Aun así, existen infinidad de publicaciones-objeto y experimentales impresas sobre soportes como plástico, tela, madera o cualquier superficie que podamos imaginar. Eso sí, estas superficies siempre darán lugar a un objeto físico, tangible, con una textura y peso apreciables al ojo y al tacto. Los distintos tipos de papel poseen unas cualidades expresivas muy interesantes en cuanto a textura, tono y gramaje, que influyen positiva o negativamente en el impacto de nuestra publicación según los seleccionemos. Lo mismo ocurrirá con los otros soportes que hemos mencionado. Cada elemento cuenta.

El uso de color es esencial también en una publicación digital, pero en una publicación impresa cobra especial relevancia. Según el tipo de tintas que se utilicen, estas causarán una sensación u otra. No es lo mismo una impresión tipo fotocopia en blanco y negro de tóner que una publicación impresa con tintas directas fluorescentes de tipo Pantone. Entre estos dos extremos, hay infinidad de opciones intermedias que podemos explorar, todas ellas válidas. El tipo de tintas elegidas irá unido también al sistema de impresión que elijamos para imprimir nuestro proyecto. Este puede ir desde las mencionadas fotocopias a la impresión digital, la Riso, la tampografía, la serigrafía, el *offset* y otras combinatorias clásicas o experimentales (ver apartado 3.4).



Figura 5. Carta de color de impresión risográfica donde se muestran algunas posibilidades visuales de esta técnica  
Fuente: <[https://art.illinois.edu/images/documents/Tutorials/riso\\_color\\_chartSmall.jpg](https://art.illinois.edu/images/documents/Tutorials/riso_color_chartSmall.jpg)>.

Otro elemento propio de las publicaciones impresas es la tirada. La tirada de una edición es el número de ejemplares que se producen de ella. Desde un ejemplar a mil o diez mil, según nuestras necesidades y nuestro presupuesto, todo vale. Cuando conceptualizamos nuestra publicación, es necesario tener en cuenta cuántas copias de ella queremos imprimir.

En una publicación impresa influye también el tipo de encuadernación que elijamos. Existen opciones muy interesantes que podemos hacer nosotras mismas, desde la típica grapa a los cosidos a mano por cuadernillos. También podemos elegir una encuadernación japonesa, rústica fresada, con tapa dura o blanda, encuadernado vista, grapa omega o de colores, acordeón, con fástener, en espiral... Y, por último, nuestras publicaciones pueden tener acabados especiales: *stamping*, encartados, perfilados, lacados, etc.; y podemos incluir extras, elementos adicionales como objetos, *inserts*, soportes sonoros, etc., que puedan acompañar a nuestra publicación.

### **Características de la publicación digital**

El universo digital es inabarcable y, como sugería el título de la exposición *Ahogarse en un mar de datos* celebrada en La Casa Encendida de Madrid en 2019, si no queremos que nuestra publicación se ahogue antes de nacer, es recomendable elegir cuál es el lugar del entorno digital donde nos conviene más alojarla, el más adecuado para la difusión que queramos darle. ¿Estará dentro de una página web con opción a descarga? ¿Será directamente un blog? ¿Queremos hacer un *podcast*? ¿Acaso una publicación sonora albergada en un Bandcamp (\*) o similares?

La principal ventaja que tienen las publicaciones digitales es la lectura no lineal que nos permiten hacer. Como dice Alessandro Ludovico, el hipertexto, que se establece a mediados de los años ochenta del siglo xx, es la posibilidad de crear a través de software una estructura funcional de texto totalmente nueva en el espacio digital (Ludovico, 2012, pág. 27). Esta estructura nos da una capacidad de navegación aumentada y relacional que muchos proyectos de publicaciones digitales han sabido explorar al máximo.

Aunque una publicación digital no ocupe un espacio físico palpable (el lugar físico que realmente ocupa está en un centro de datos, en un servidor de algún lugar del mundo), si queremos que esta sea consultada de manera ágil e incluso que pueda compartirse fácilmente por medio de su envío por correo electrónico o similares, no tenemos por qué escatimar en la cantidad de páginas que tenga, pero sí que es aconsejable controlar el peso del archivo para que no sea excesivo y difícil de mover. Para ello, intentaremos optimizar los documentos al máximo, sobre todo bajando la resolución de las imágenes a 72 puntos por pulgada, que es suficiente para una visualización en pantalla. También podemos comprimir ligeramente los archivos, siempre revisando el proceso, ya que una compresión excesiva dificulta la lectura de imágenes y textos.

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.4. Usos de una publicación

### 1.4.1. La publicación como documentación de un proceso

Son numerosos los usos que una publicación puede tener. Dentro del contexto de la creación artística contemporánea, sea visual, sonora, etc., destacaríamos dos enfoques interesantes con los que podemos producir una publicación. A continuación, los describimos.

En el contexto de la creación contemporánea es frecuente la realización de proyectos de carácter efímero o procesuales, que difícilmente pueden ser inmortalizados en un objeto único o pieza-de-arte que posteriormente podamos mostrar. En la actualidad, los proyectos artísticos tienen la capacidad de convertirse en engranajes complejos que se vinculan con distintos agentes, temporalidades y materializaciones. No se trata de algo nuevo. Como veíamos cuando hablábamos del movimiento Fluxus, ya en el siglo pasado surgió la necesidad de capturar de alguna manera la esencia de algunas obras en movimiento a través de la documentación: publicaciones impresas, fotografías, soportes de reproducción sonora, vídeo, y ahora también documentos digitales, hipervínculos, plataformas...

Una muy buena forma de completar un proceso de creación artística es la realización de una publicación que la acompañe. Todo aquello que consideremos necesario mencionar acerca de la obra, y que no sea «legible» viendo la obra de manera independiente, podemos trasladarlo a la publicación. Podemos ir desde lo literal a lo sugerente y, sobre todo, es aconsejable aprovechar las posibilidades expresivas que brinda el formato publicación para no limitarnos a hacer una memoria al uso de un trabajo, como si de una descripción mecánica se tratase, sino contribuir a que esta publicación muestre aquello que necesitemos pero que además añada una nueva capa de contenido a nuestro proyecto, enriqueciendo la lectura de la obra a la que acompaña.

Para entender el punto de partida de una publicación como documentación de un proceso, podríamos visualizar el catálogo de una exposición. Este generalmente contiene fotografías de las obras e información adicional: textos comisariales, entrevistas, documentación histórica, enlaces, etc. Ahora bien, si empezamos a recontextualizar y apropiarnos de la idea de catálogo, de manera que sea un elemento esencial para describir nuestro trabajo o proceso de creación, ahí tendremos el inicio de nuestra publicación. Una artista que trabaja frecuentemente la publicación como documentación de sus procesos es Sandra March. Por ejemplo, en su proyecto *Anatómica* (2010), que consta de ocho obras numeradas y correlativas, la artista produjo una serie de publicaciones que complementaban cuidadosamente cada pieza con todo tipo de detalles a los que el espectador no podía acceder simplemente viendo la obra original.

# 1. Conocer las publicaciones

## 1.4. Usos de una publicación

### 1.4.2. La publicación como proyecto de arte

Existen casos en los que la propia realización de una publicación acaba por ser el proyecto en sí mismo. Estas obras pueden ser muy interesantes y se adaptan a la perfección a ciertas necesidades e inquietudes del contexto contemporáneo. De hecho, es notable señalar cómo, durante los últimos años, en convocatorias de proyectos artísticos de todos los lugares, existe una nueva categoría para optar a premios y becas: la modalidad «publicación». Esto no hace más que reflejar una realidad actual: por fin existe un reconocimiento de la publicación editorial como obra en sí misma.

Aquí se disparan las posibilidades de creación, se abre un campo infinito de posibilidades en las que nuestra publicación, física o digital, será el eje central. No existe una única forma a la hora de realizar una publicación-pieza-de-arte. Ahora bien, recuperamos aquí las primeras definiciones de nuestro texto, donde veíamos que una publicación en definitiva es la acción y el efecto de publicar. Esta descripción la podemos interpretar libremente en función de nuestra voluntad. Podemos comentar aquí un par de ejemplos. El primero sería el proyecto AHBA (*Acaso Hubo Búhos Acá*), un proyecto colectivo que partió de una acción de doce horas seguidas de duración que sirvió de excusa para la producción de una publicación que se contenía a ella misma, acompañada de una flexipostal con una pista sonora y un elemento residual de la propia acción. El segundo ejemplo es la pieza IFAPA.ME (*Institute For the Advancement of Popular Automatism*), de Joana Moll y Eugenio Tiselli, que se materializa en una web donde encontramos una redefinición constante del proyecto y el registro de una serie de acciones realizadas en línea, siendo la propia web una publicación que es la pieza misma.



Figura 6. Segunda acción de *Acaso Hubo Búhos Acá*, *Dosmil2000*, Barcelona, 2016  
Fuente: fotografía personal cortesía de los artistas.

## 2. Tipos de publicaciones

### 2.1. Ediciones de una página

A propósito de los libros, Georges Perec nos revelaba en *Pensar/Clasificar* (2017) que todo método de catalogación es susceptible de contener una fuga, una imposibilidad de abarcar el todo clasificado. Siempre habrá ejemplares que escapen a la categoría impuesta, lo que dará lugar a la necesidad de una nueva clasificación. Dicho esto, y asumiendo que las tipologías aquí establecidas puedan contener alguna fuga, vamos a aplicar un método de clasificación sencillo para distinguir tipos de publicación. El criterio que aplicaremos será el uso que se hace del elemento esencial de la publicación: la página. Partiremos de publicaciones que se desarrollan en una sola página, e iremos avanzando en la descripción de publicaciones más complejas en cuanto a extensión.

Un buen ejercicio para iniciarnos en el mundo de las publicaciones puede ser realizar una edición de una sola página. Esta constricción espacial nos facilitará abordar las ideas que queremos expresar, sin tener que pensar en un objeto excesivamente complejo de entrada. Una vez que hayamos conquistado esta práctica de síntesis y desarrollo de forma-contenido en un breve espacio, sabremos cómo desarrollar una publicación de mayor extensión, pues comparte los mismos principios, pero aplicados a un volumen mayor. Como mencionábamos anteriormente, un objeto editorial cuenta su idea desde el lugar que ocupa, sea este de una, cien o mil páginas. Como publicaciones que se desarrollan en una sola página, vamos a hablar aquí de pósteres y sus derivas, folletos (panfletos o *flyers*) y otros formatos digitales. Lo que tienen en común estas publicaciones de una sola página es que poseen una capacidad inmediata de transmitir su mensaje, ya sea gráficamente, a través de texto, o mediante una combinación de ambos.

#### El póster

Los pósteres o carteles son elementos que solemos encontrar en el espacio público. Su principal función es transmitir una información útil en el breve lapso que permite la mirada durante un recorrido en movimiento, para lo cual se ayudan de recursos estéticos que captan nuestra atención. Generalmente vemos en la calle carteles de publicidad o eventos, con sus correspondientes coordenadas espacio-temporales. Ahora bien, nos interesa aquí hablar del medio cuando este se utiliza de una manera más conceptual. El formato cartel es ampliamente empleado también en el ámbito de la creación, sin estar necesariamente sujeto a su uso publicitario. Por ejemplo, el proyecto *Book 1 of 1* es un trabajo conceptual de Fiona Banner realizado en 2009, en el que la artista cuestiona la pertinencia de la edición múltiple o limitada. Se trata de un libro de una sola página de carácter autorreferencial que muestra, por todo contenido, el propio ISBN bajo el que está registrada la obra. Otros usos interesantes del formato póster serían los que de este hace *El presentiment*, publicaciones editadas por el colectivo Espai en Blanc, que destacan por su carácter reivindicativo y su enfoque de código abierto, poniendo a disposición del público la descarga, impresión y envío de sus propuestas. Sobre el cartel, también resultan muy interesantes proyectos como *public protest poster*, plataforma horizontal ideada por el diseñador Raúl Goñi que consiste en una herramienta abierta al público para diseñar pósteres y que completa sus acciones con proyecciones de grandes dimensiones de dichos carteles en el espacio público.



Figura 7. Proyección de pósteres en una de las intervenciones públicas de *public protest poster*, 2020  
Fuente: imagen cortesía de Raúl Goñi, creador del proyecto.

### La pancarta

En la línea conceptual de los pósteres, y aunque no entran en la categoría al uso de publicación impresa, múltiple y seriada, haremos una breve mención al fenómeno efímero de las pancartas. Las pancartas serían algo así como ediciones únicas, ejemplares hechos generalmente a mano y ex profeso para un evento/protesta en particular. De una manera distinta, pero igual de auténtica, transmiten el concepto de publicación como acción y efecto de publicar, como gesto comunicativo. Al fin y al cabo, este texto quiere abrir posibilidades de creación que puedan aportar nuevas dimensiones al ámbito de la publicación editorial. La pancarta como medio expresivo ha sido frecuentemente utilizada por artistas para llevar a cabo sus proyectos. Este es el caso de trabajos como [HAHAHA protest](#) de Anna Irina Russell o [Cardboards](#), acción del artista Paweł Żukowski realizada en cuarenta balcones de Varsovia en la que invita a la reflexión desde el espacio público sobre asuntos políticos y sociales que afectan a la población residente.

### Los folletos

En tanto que publicaciones de una sola página, los folletos, panfletos o también llamados *flyers* pueden ser igualmente utilizados en el ámbito artístico. Igual que pósteres y pancartas, sintetizan su idea en una página y se asocian generalmente al arte de propaganda. Ahora bien, existe una diferencia esencial con respecto a las anteriores. Así como pósteres y pancartas han de tener un tamaño suficiente que permita su visión a una cierta distancia (desde un formato A3 (\*) hasta las grandes dimensiones de las vallas publicitarias), los folletos son de pequeñas dimensiones. Se trata de soportes impresos que podemos llevar con nosotros y distribuir fácilmente. Lo modesto de su formato y su asequible producción han ayudado históricamente a distribuir ideas de manera disimulada, clandestina y también masiva.

Dado el caso, podríamos decidir que nuestra publicación fuese un conjunto de folletos, legibles como un todo, o a modo de mensajes individuales distribuidos en distintos puntos de un espacio. La forma de distribuir nuestras publicaciones es también una fantástica oportunidad para reforzar el concepto que con ellas queremos transmitir. Este es el caso del mencionado lanzamiento de panfletos que los futuristas perpetraron desde lo alto de una torre en Venecia, para difundir uno de sus manifiestos. Otros ejemplos históricos, más centrados en la propaganda política, serían las famosas [PSYOPS \(\\*\)](#), entre las cuales se cuentan los lanzamientos masivos de panfletos para influir a la población en tiempos de conflicto. Y como caso presente de acción artística y publicación editorial, mencionaremos los panfletos con los que la autora de fanzines Lara Martínez difundía su proyecto [La Roja](#). Basado en las líneas telefónicas eróticas, se invita al público a recitar con voz «sexy» textos anticapitalistas, feministas, etc. Los folletos que invitan a la participación se distribuyen en parabrisas de coches como tarjetas de servicios sexuales.

### Posts y soportes digitales

Los formatos de publicación arriba mencionados tienen también su *alter ego* digital. No queremos aquí tanto establecer una separación conceptual entre medio impreso y medio digital, como destacar una serie de características propias del espacio virtual, que confieren a las publicaciones una dimensión distinta. Nos centramos ahora en los *posts*, imágenes o mensajes que podemos publicar con un clic en redes sociales y plataformas. Como punto a favor, diríamos que no hemos de realizar una inversión económica tan grande como la necesaria para el soporte impreso. Por otro lado, la capacidad de transmisión inmediata e incluso viral del medio digital nos da una amplitud en la difusión sin precedentes. Por último, la hiperabundancia de contenidos digitales que podemos encontrar en internet, la rapidez con la que los consumimos y desechamos, y los propios factores algorítmicos de las plataformas, pueden hacer que eventualmente nuestras publicaciones pasen desapercibidas en el espacio digital.

Para concluir con esta categorización, pondremos aquí un ejemplo de fuga tipológica. Un contenido digital que comparte las características de distribución clandestina del folleto, que funciona como página, pero a la vez contiene una infinita cantidad en potencia de ellas, y que además es un objeto físico y una acción colectiva. Este es el caso del proyecto *Dead Drops* iniciado por Aram Bartholl en 2010, quien instaló con cemento una serie de dispositivos USB escondidos en paredes del espacio público, a los que cualquiera con un ordenador podía conectarse, iniciando así una red mundial de propagación de dispositivos, con sus correspondientes datos por este medio.



Figura 8. Aram Bartholl, proyecto *Dead Drops*, 2009  
Fuente: <<https://arambartholl.com/dead-drops/>>.



## 2. Tipos de publicaciones

### 2.2. Fanzines

#### 2.2.1. ¿Qué son los fanzines?

Una vez que hemos entendido las bases de la publicación en su versión más sintética, vamos a hablar de publicaciones que se componen de varias páginas, pero que por extensión u otros factores políticos y de distribución no son consideradas oficialmente como libros. Resulta complicado sintetizar aquí una práctica tan extensa y, sobre todo, tan plural y mutante en sus manifestaciones. La palabra *fanzine* es una contracción de los términos en inglés *fan* (*fanatic*) y *zine* (*magazine*). Según el experto Stephen Duncombe, los fanzines son

«revistas no comerciales y no profesionales de pequeña circulación que son producidas, publicadas y distribuidas por sus creadores.»

Galaxina (2017), pág. 13.

Como vemos, son a su vez el ejemplo perfecto de lo que venimos describiendo aquí como autopublicaciones.



Figura 9. Varios fanzines, colección personal de la autora  
Fuente: fotografía de la autora.

Sin ahondar demasiado en la historia del fanzine, que por otro lado se relaciona con todo lo ya mencionado en el apartado anterior, sí que nos gustaría matizar el hecho de que el fanzine ha estado desde siempre estrechamente unido a contextos *underground* y a

corrientes y colectivos al margen del *establishment* y que operan desde posicionamientos *do it yourself* (\*).

Se dice que los primeros fanzines como tales fueron una serie de publicaciones realizadas a partir de la década de 1930 por fanáticos de la ciencia ficción. Estos fanzines eran producidos gracias al mimeógrafo (\*), que confería a las copias reproducidas una estética muy característica. La historia de los medios de reproducción impresa nos puede aportar mucha información sobre las propias corrientes y colectivos que a lo largo del tiempo se han servido de ellas para producir sus publicaciones. No obstante, por cuestiones de espacio, dejaremos este relato para otra ocasión.



Figura 10. Ejemplares de fanzines de ciencia ficción, de entre 1941 y 1971, de la colección de Lenny Kaye Fuente: <<https://www.boo-hooray.com/pages/archives/80/the-lenny-kaye-science-fiction-fanzine>>.

## 2. Tipos de publicaciones

### 2.2. Fanzines

#### 2.2.2. Características

Las voces que dictan qué es un fanzine –y qué no– son como el fenómeno en sí mismo: múltiples y diversas. No obstante, nos aventuraremos aquí a establecer una serie de características que creemos comunes a este formato:

- **Carácter no comercial:** las personas y colectivos que producen fanzines no suelen tener como objetivo último el lucro económico. Esto no quiere decir que no exista ningún tipo de transacción monetaria en su proceso de distribución. Aunque es muy frecuente el intercambio como método de distribución, los fanzines sí se venden, solo que se da más importancia a la calidad de los contenidos y a la libertad de expresión que a la obligada rentabilidad del objeto comercial.
- **Producción de pequeña escala:** los fanzines generalmente se producen con medios de impresión económicos y al alcance de la autora, como impresoras domésticas, fotocopadoras, máquinas de risografía, etc. Se suele recurrir a la colaboración con pequeños estudios de impresión, afines a la lógica de la pequeña escala. También el manipulado posterior de las copias impresas suele realizarse de manera artesanal: plegado del papel, grapado, estampación de portadas, numeración, etc.
- **Tiradas cortas:** la elección del número de ejemplares que se producirá de nuestro fanzine, es decir, la tirada, está directamente relacionada con el carácter de pequeña escala que este tiene. La tirada de un fanzine dependerá de su radio de difusión, y puede oscilar entre un mínimo de diez copias hasta quinientas o mil en casos aislados, como en los fanzines de autoría colectiva y amplia difusión, en los que hay muchos agentes creadores implicados.
- **Difusión limitada:** los fanzines impresos son distribuidos de la mano de sus autoras-productoras. La capacidad de difusión de las copias, al no estar mediada por ninguna compañía de distribución, es menor. Los principales medios de distribución de fanzines impresos son ferias de autoedición, locales afines, correo postal, en mano, etc. En el caso de publicaciones digitales, la difusión se realiza a través de canales que potencialmente pueden llegar más lejos, pero en última instancia comparte el mismo espíritu que en el caso de copias impresas.
- **Marco legal:** al tratarse de un objeto autoproducido, el fanzine se caracteriza por transitar indeterminadamente entre lo que se considera legal e ilegal. Difícilmente un fanzine quedará registrado como objeto comercial bajo las normas establecidas del libro. No lleva ni ISBN (International Standard Book Number) ni ISSN (International Standard Serial Number) ni otros códigos del sistema de transacciones comerciales y protección legal de autoría. Se trata en líneas generales de un posicionamiento político, una declaración de intenciones que otorga al fanzine una libertad y un carácter fresco absolutos, pero que al mismo tiempo puede dificultar su validez como documento para una investigación, por ejemplo.

## 2. Tipos de publicaciones

### 2.2. Fanzines

#### 2.2.3. Algunos ejemplos

A modo de conclusión, puntualizaremos aquí que algunos agentes puristas del fanzine consideran como tales solo aquellas publicaciones autoeditadas que priman la difusión de contenido sobre un cuidado excesivo de la forma, y que generalmente se presentan como varios folios fotocopiados y grapados. A su vez, hay quien entiende el fenómeno fanzine como algo más amplio que admite todo tipo de revistas autoproducidas, que puedan estar más cuidadas estéticamente y conceptualmente en tanto que objeto editorial.

Un ejemplo de fanzines elaborados a la manera ortodoxa serían los que publica la editorial TD Papeles, a cargo de Enrique Doza. Estos fanzines son de tirada muy corta, están producidos con fotocopidora y versan sobre temáticas de lo más variado. Otra hacedora de fanzines imparable es Andrea Galaxina, que lleva años activa con su editorial Bombas para desayunar, especializada en fanzine feminista y de género. Como caso de la historia reciente haremos aquí una breve mención a Tiger Tateishi, artista y apasionado de la ciencia ficción que, además de realizar lisérgicas pinturas al óleo, se dedicó ampliamente desde 1963 a difundir sus cómics bajo el mencionado formato.

Dada la desbordante cantidad de fanzines que existen y han existido en el mundo, resulta insuficiente mencionar aquí tan solo unos pocos ejemplos. Existen varios proyectos a lo largo y ancho del globo que se dedican a recopilar y catalogar estas publicaciones. Recomendamos la visita, física o virtual, a fanzinotecas como la Fanzinotèque de Poitiers o La Fanzinoteca, con sede en Barcelona. Esta última destaca por sus *tagging days*, jornadas en las que se invita a la gente a catalogar publicaciones colectivamente mientras se comparte un espacio distendido de convivencia.



Figura 11. Andrea Galaxina, Fanzine *Galaxina* #6, 2019  
Fuente: <<http://bombasparadesayunar.com/>>.

## 2. Tipos de publicaciones

### 2.3. Libros y publicaciones experimentales

Por último, y siguiendo la lógica clasificatoria de tipos de publicaciones según la extensión de sus páginas, nos acercamos al ámbito de los libros y sus derivas experimentales. Según Ulises Carrión, «un libro es una secuencia de espacios. Cada uno de esos espacios es percibido en un momento diferente: un libro es también una secuencia de momentos» (Carrión, 2016, pág. 37). Como vemos, algunas definiciones, más que acotar, abren campos de posibilidad. Esta apertura nos ayudará a conceptualizar nuestra publicación en función de lo que queramos que sea, y no en función de lo que se supone que debe ser.

En este caso el abanico se abre casi tanto o más que cuando hablamos de fanzines, pues si nos acogemos al término *experimental*, este adjetivo podría aplicarse a concepto, forma, contenidos, distribución, etc. De manera breve, diríamos que lo que separa a los libros y otras publicaciones experimentales de mayor extensión, de los fanzines o las publicaciones de una sola página, sería esencialmente los recursos necesarios para llevarlo a cabo. Nos referimos a cuestiones tan sencillas como que producir un libro de doscientas páginas encuadrado con su lomo tendrá un coste económico más elevado que hacer un fanzine de veinte páginas grapado. También es frecuente que durante el proceso de producción de un libro intervengan más intermediarios, necesarios para edición, el control de textos, el registro legal, la venta etc., lo que encarece su coste final. Eso sí, siempre hay excepciones.

Son publicaciones experimentales aquellas que desbordan los formatos establecidos. Este es el caso de las publicaciones objetuales, publicaciones que salen del espacio bidimensional del libro, acercándose más a la idea de caja contenedora de ideas, como veíamos en el pionero caso de los *Fluxkits* ya en los años sesenta del siglo pasado, o los ejemplares de la emblemática revista *Aspen*. También entrarían en esta categoría casos más cercanos como la publicación *La Más Bella* y su *Bellamátic* (máquina expendedora de sus ejemplares), o *La Capsa Erno*, entre muchas otras. No obstante, pueden ser también experimentales aquellos proyectos editoriales que consiguen reinventar el concepto de lo que es un libro, o de lo que es un libro de artista. Este es el caso del matemático y artista Pep Vidal, quien ganó un premio a la publicación de artista presentando su tesis doctoral sobre comportamiento de algoritmos, bajo exactamente el mismo formato con el cual había sido presentada en su universidad. En este caso es el propio gesto el que confiere a la publicación una dimensión distinta.



Figura 12. *La Más Bella*, *Bellamátic*, 2001  
Fuente: <<http://www.lamasbella.es/bellamatic/>>.

## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.1. Conceptualizar una publicación. Relación forma-contenido

Como hemos visto en el apartado 1.3, una publicación se expresa en el espacio acotado por su formato. También hemos mencionado la influencia de las características visuales y táctiles en la transmisión de la idea. Ahora que ya tenemos una idea más clara de cómo son las publicaciones editoriales, vamos a ver cómo podemos hacerlas nosotras mismas. En este apartado nos centraremos en aspectos prácticos que nos guiarán en la realización de nuestro proyecto.

Para comenzar a pensar en nuestra publicación, no es necesario que la idea principal sea excesivamente compleja. Frecuentemente es más efectivo partir de una voluntad expresiva, una inquietud, una experiencia, un tema, un interés o una pregunta que nos sea próxima y abarcable, para poder desarrollarla con detalle. Se trata en definitiva de materializar esta idea para que las personas que vean nuestra publicación la entiendan tal y como la queremos comunicar. También cabe la posibilidad de realizar una operación inversa, en la que comenzamos jugando con materiales que nos interesen (imágenes, textos, soportes, color...) y, a través de esta experimentación, encontremos un concepto que la dote de sentido. En ambos casos tendremos presente que forma y contenido acabarán participando de una relación recíproca, en absoluta sintonía.

#### **Brainstorming**

Un buen punto de partida, tanto a la hora de planificar una publicación como cualquier otro proyecto, es hacer una lluvia de ideas o *brainstorming*. Para ayudar en el proceso, podemos también recopilar referencias de otras publicaciones u obras que nos hayan interesado. Estas referencias pueden ser tanto conceptuales (las ideas y cómo se han abordado) como materiales (tipos de papel, uso del color y la imagen, formatos, tipos de plegados y encuadernados, etc.).

#### **Por qué y para qué**

Parecen preguntas sencillas, pero no lo son. Si hacemos el ejercicio de contestárnoslas, conoceremos de entrada cuáles son nuestras motivaciones reales al respecto de publicar. Saber por qué creemos más adecuado el formato publicación y no otro, como una escultura o un vídeo para contar nuestra idea, contribuirá a desarrollarla mejor. Con el para qué sucede lo mismo, pensar en ello nos dará una dirección más clara de lo que queremos. Si la publicación que vamos a hacer es la parte complementaria de un proyecto artístico ya en marcha, es decir, si funciona como documentación de un proceso de creación, tendremos el punto inicial bastante avanzado. Si, por el contrario, se trata de una publicación que está concebida como proyecto artístico u obra en sí misma, comenzaremos a conceptualizar desde la base.

#### **¿Podemos llevarla a la práctica?**

A menudo se nos ocurren ideas fantásticas que, por distintos motivos, no son del todo factibles. Es muy recomendable tenerlas en cuenta para un futuro, pero, cuando sabemos que hemos de comenzar y terminar un proyecto en un plazo previamente fijado, nos será de ayuda tener en cuenta cuál es nuestra capacidad real de llevarlo a cabo. En este sentido, podemos pensar en qué recursos materiales, económicos y humanos necesitamos para llegar a tiempo. Sin forzarnos a disponer de un presupuesto cerrado de entrada –pues nos encontramos en una fase previa del proyecto, y este aún atravesará distintos cambios y adaptaciones–, es aconsejable tener una idea aproximada de cuánto nos puede costar la producción, de dónde nos gustaría hacerla, qué técnica de impresión o plataforma digital nos parece más adecuada, y de si tenemos la intención de colaborar con más personas en el proceso y su disponibilidad. Para despejar dudas en esta fase del proceso, recomendamos la consulta de *Autopublicando juntas*, de Syafiatudina y Cráter invertido (2017), un material práctico que se centra sobre todo en la publicación con riso, pero que también es muy completo y aporta una visión panorámica sobre cómo autopublicar y por qué.

#### **Esbozos y maquetas**

Confeccionar maquetas en las primeras fases del proceso es una buena técnica para comenzar a visualizar de manera más clara cómo queremos que sea nuestra publicación. En el caso de publicaciones digitales, este proceso pasará por el trabajo en pantalla, pero en el caso de las publicaciones impresas, podemos jugar a montar distintos formatos de papel, gramajes, volumen de páginas, ideas de encuadernados o plegados, etc. Con estas maquetas podemos ir a la imprenta y consultar su viabilidad.

## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.2. Fases del proyecto editorial: preproducción, producción y posproducción

#### 3.2.1. Preproducción

##### **Cronograma o calendario**

Tal y como apuntábamos anteriormente, nuestras publicaciones están necesariamente ligadas a ciertas constricciones y características de la producción. La clasificación del proceso editorial en tres fases coincide con la de otros oficios, como el audiovisual. Aquí nos centraremos en los aspectos propios que afectan a la gráfica impresa.

Una vez que tenemos clara la idea, nos lanzamos a la fase de preproducción. A partir de aquí se dan una serie de procesos que requieren una cierta organización si queremos llegar a tiempo a nuestra fecha de entrega. La manera en que nos organicemos dependerá del estilo de cada una, pero algo realmente útil es tratar de anotar todo lo que necesitamos hacer para conseguir terminar nuestra publicación, y asignarle a cada parte un tiempo determinado; esto es lo que llamamos cronograma o calendario de producción.

A continuación apuntamos una idea de cronograma posible:

1. Reunir el material necesario previo al diseño (textos, imágenes y otros)
2. Diseño y maquetación
3. Últimos retoques de diseño y artes finales (describiremos más adelante qué son)
4. Llevar a imprenta y contemplar el plazo de impresión
5. Manipulados finales de la publicación
6. Preparativos de la presentación, en caso de que la haya
7. Plan de distribución, en caso de que queramos difundir la publicación
8. También es aconsejable guardar un plazo extra para posibles imprevistos, pues cualquier demora puede influir en el plazo final

##### **Prediseño y diseño**

En esta fase, primero comprobaremos si realmente tenemos suficiente información para contar nuestra historia. Se trata de un momento de avance no estrictamente lineal, ya que al desarrollar las ideas, sea a través de textos o de imágenes, pueden surgir nuevos retos, carencias, o incluso posibles virajes en la idea original. Tal vez tengamos toda la información que necesitamos, o puede que, por el contrario, hayamos de recurrir a otros pasos previos al diseño, como fotografiar materiales que falten, acabar de escribir algunos textos, etc. También viene bien cada cierto tiempo aplicar una mirada más panorámica, para comprobar que el proyecto sigue siendo factible. Esto nos ayudará también a que la idea al final esté bien expresada.

Cuando realicemos el diseño, es posible que cambien el tamaño final de la publicación, el número de páginas o incluso el aspecto de los colores, entre otros. Todo esto puede modificar sensiblemente el presupuesto inicial, por lo que aquí, antes de entregar a imprenta, volveremos a realizar las consultas pertinentes.



## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.2. Fases del proyecto editorial: preproducción, producción y posproducción

#### 3.2.2. Producción

Una vez que tenemos nuestro diseño terminado, en caso de publicaciones impresas hemos de preparar los archivos para llevar a imprenta. Para que nuestra publicación quede bien, hay unas especificaciones técnicas que han de cumplirse. Se trata de un conjunto de pasos que se llaman artes finales. Unas buenas artes finales aseguran que nuestras imágenes no salgan pixeladas (a no ser que deliberadamente así lo queramos), que no haya elementos del diseño que se pierdan o se corten en los bordes, etc. En el apartado 3.3 anotaremos algunos consejos para prepararlas.

Cuando entreguemos nuestros archivos finales en la imprenta, allí procederán a la imposición de archivos y la impresión. Una buena interlocución con la imprenta es recomendable para garantizar que todo salga bien. Se recomienda también pedir pruebas de impresión para poder corregir, si se da el caso, algunos aspectos que se nos hayan pasado por alto durante el diseño en pantalla. En gráfica impresa, hay muchísimos factores que influyen en el resultado final, tales como la dirección de la fibra del papel y su concordancia con la disposición de la página y el encuadernado. Para estos detalles podemos informarnos en la propia imprenta o en manuales específicos.

Una vez entregados los archivos, podemos ir preparándonos para la posproducción, sobre todo si esta va a ser de tipo manual o artesanal. Así, podemos ir reuniendo los materiales necesarios para plegar, encuadernar, etc. Si nuestra publicación va a ser digital, el proceso es distinto. Los tiempos de impresión no existen si publicamos en plataformas digitales, todo suele ser bastante inmediato, aunque si hemos de adquirir algún *hosting* o alojamiento web, hay que contemplar un plazo adicional para el trámite.

## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.2. Fases del proyecto editorial: preproducción, producción y posproducción

#### 3.2.3. Posproducción

El término *posproducción* se refiere, en líneas generales, al proceso último de ajustes y preparación final de los materiales tal y como serán publicados. En el ámbito editorial, posproducción son los manipulados como el plegado de las páginas, la encuadernación o grapado, el corte, los hendidos, los encartes, algunos acabados extra, como gofrados o golpe seco, troquelados, tintado de los bordes de las páginas, redondeado de esquinas, encartados, añadido de solapas, cosidos, y un sinfín de detalles adicionales que podemos incluir.

Si hablamos de publicaciones editoriales de gran volumen en ejemplares y distribución, es muy probable que toda la posproducción se realice en imprenta, mediante procesos automatizados por máquinas. Si por el contrario hablamos de autopublicaciones con una tirada de ejemplares limitada, los procesos de automatización no serán asequibles, ni siquiera recomendables. Con un poco de tiempo y dedicación, podemos asumir nosotros esta última parte del proceso, y de paso aprender un montón haciéndolo. Siempre podemos recurrir a métodos *do it yourself*, que no tienen nada que envidiar a los procesos industriales.

## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.3. Consejos para la preparación de archivos: paginación y artes finales

#### Tratamiento y modos de color

Existen varios modos de color con los que podemos trabajar. Si nuestra publicación es digital y va a visualizarse solo en pantallas, podemos utilizar el modo RGB (*red, green, blue*), que además genera archivos más ligeros. Por el contrario, si la publicación ha de imprimirse, el modo de color que tendremos que elegir será CMYK (*cyan, magenta, yellow, black*), también comúnmente llamado «color papel». Si el diseño se va a imprimir, se recomienda trabajar desde el inicio en CMYK. Esto evitará sorpresas a última hora, ya que cuando se imprime un documento en RGB, la impresora lo convierte de manera automática a CMYK, lo que produce alteraciones en los tonos, sobre todo en aquellos más brillantes, que se apagarán sensiblemente. Para tener más control sobre algunos tonos de color, nos puede ser de utilidad tener como referencia una carta de color Pantone. Las pequeñas imprentas y copisterías no trabajan con tintas Pantone, pero pueden tomar los valores CMYK de los tonos para ajustarlos en sus máquinas.

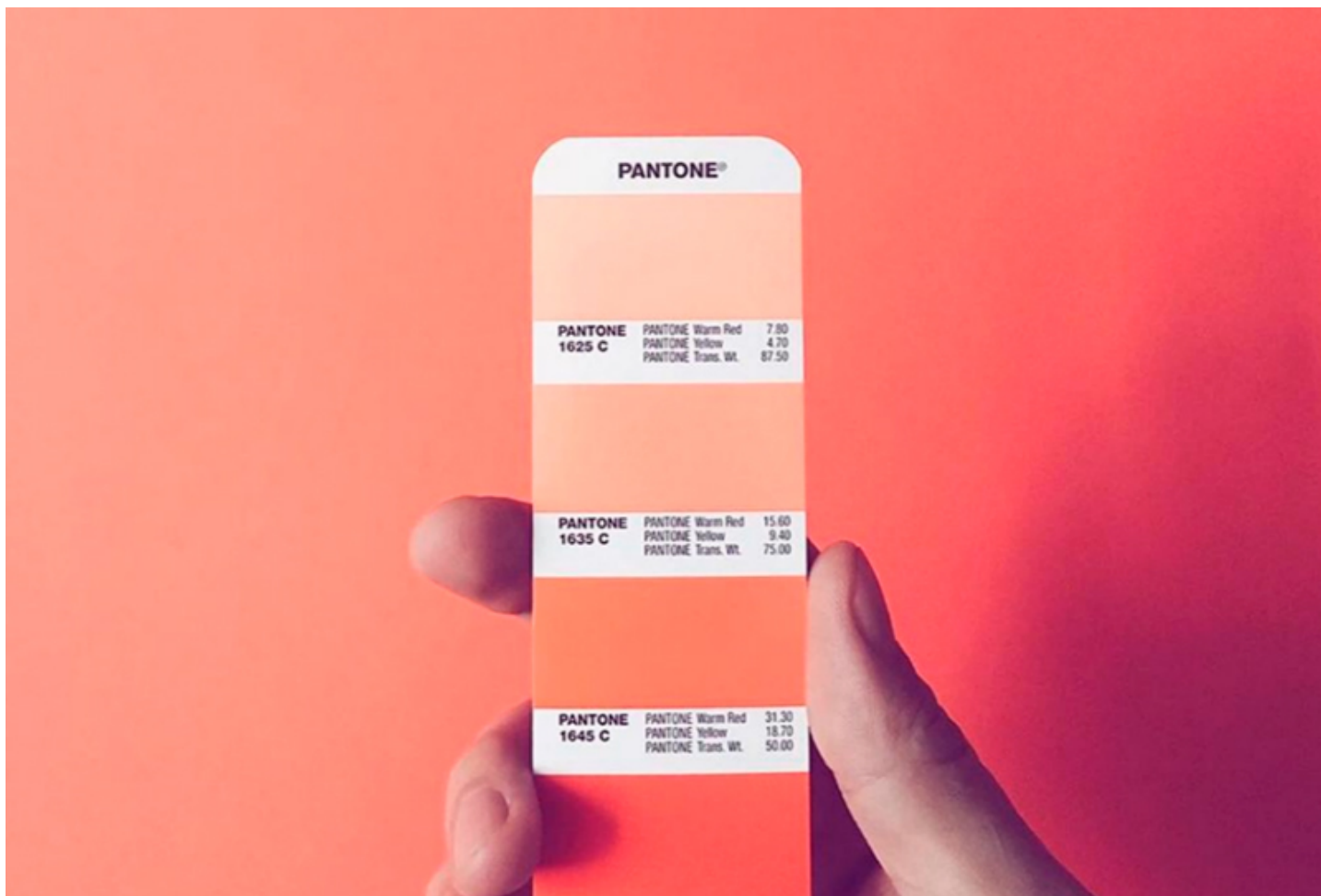


Figura 13. Carta de color Pantone, fotografiada por [@shadowindesign](#)

Fuente: <<https://graffica.info/pantonera-basica-para-disenadores-noveles/>>.

#### Utilización de tipografías

Existen infinitas normas, estilos y opiniones sobre el uso de las tipografías. Aquí nos limitaremos a comentar que generalmente las tipografías son legibles hasta un mínimo aproximado de 5 o 6 puntos, dependiendo de la máquina de impresión empleada. Las tipografías se miden en puntos y no en milímetros, un sistema que tiene su origen en las letras de tipo móvil de la imprenta antigua. Tanto si queremos hacer una publicación que se adecue a ciertas normas tipográficas como si queremos precisamente transgredirlas deliberadamente, recomendamos la lectura de *Veintidós consejos sobre tipografía*, del diseñador Enric Jardí (2007). En cuanto a los tipos de letra que podemos instalar y utilizar para el diseño, existen incontables opciones. Aquí facilitamos un enlace a la colección [Badass Libre Fonts by Womxn](#), tipografías diseñadas por mujeres, con licencia de código abierto.

#### Pruebas intermedias de impresión

Diseñar con herramientas digitales, visualizando nuestros documentos en una pantalla, tiene muchas ventajas. La capacidad de recorrer el documento a través de *zoom in* y *zoom out* nos da mucho control sobre el detalle. Ahora bien, a veces podemos perder la referencia real de tamaño de los elementos que vamos incluyendo. Por ello, es aconsejable hacer pequeñas pruebas durante el proceso, aunque sea en una impresora casera. Así podremos localizar posibles errores como, por ejemplo, textos que no se leen o títulos que quedan demasiado grandes, y corregirlos con suficiente margen de tiempo.

## Composición y diagramación

De la misma manera que en otros soportes visuales, en una publicación editorial la manera de componer los elementos en página ayudará en la lectura del contenido. Cuando hablamos de diseño editorial, además de las normas generales de composición de imagen, hay que tener en cuenta la diagramación. La diagramación es la organización de los contenidos dentro de la página. Esta distribución de los elementos está basada en una retícula, que es un conjunto de relaciones basadas en la alineación, que actúan como guías para la distribución de los elementos. Existen muchos tipos distintos de retícula, así que podemos utilizar el que mejor se adapte a nuestras necesidades de composición o crear uno nuevo personalizado.

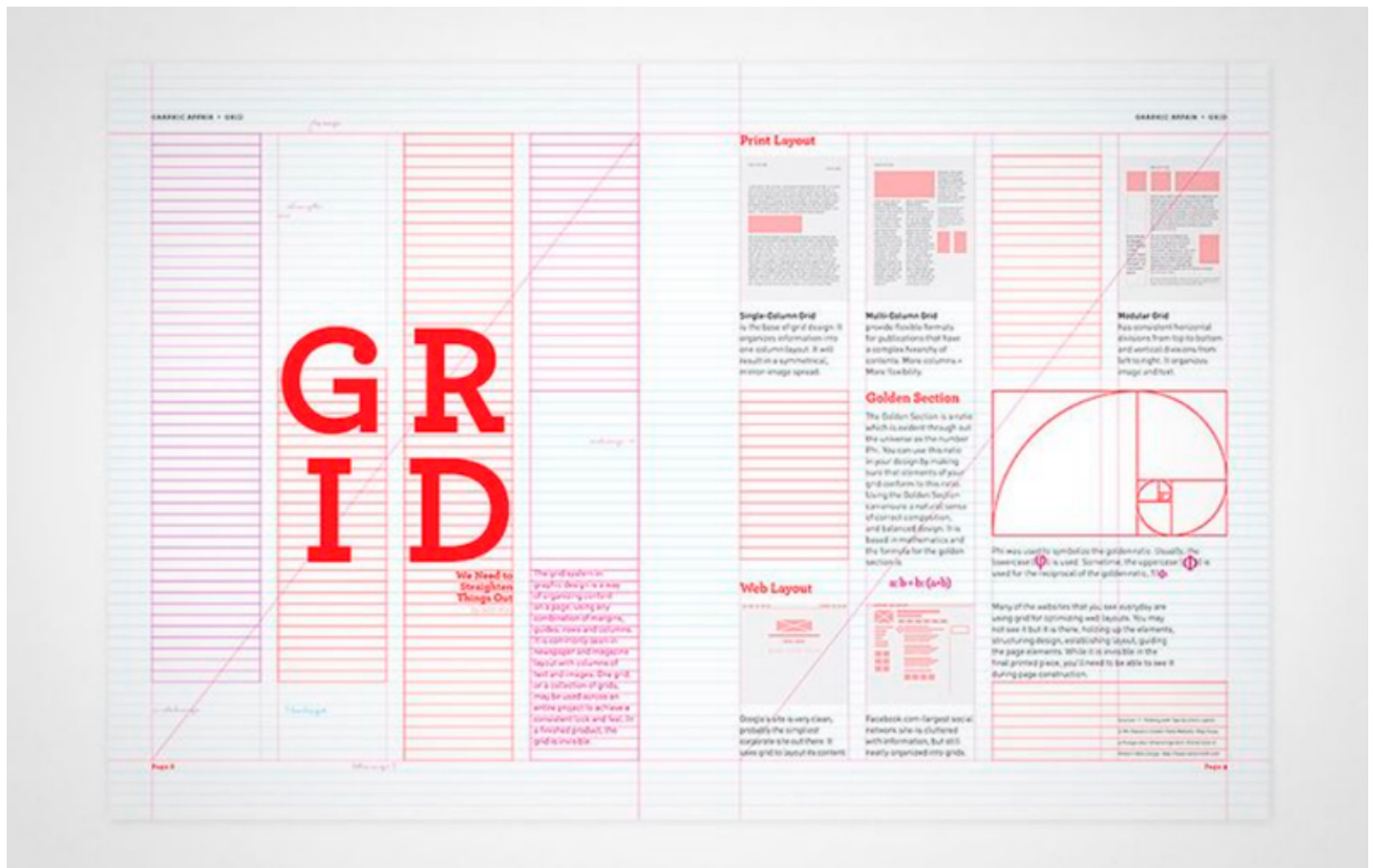


Figura 14. Ejemplo de diagramación adaptada a una retícula  
Fuente: <<https://pbs.twimg.com/media/CxAl79bVEAAuXij.jpg>>.

## Paginación

Si nuestra publicación va a estar encuadernada con grapa o cosida en librillos, el número de páginas que ha de tener será siempre múltiplo de cuatro. Si por el contrario vamos a elegir otro tipo de encuadernación –como espiral, fástener, tornillos de encuadernación manual o similares–, no será necesario tener esto en cuenta.

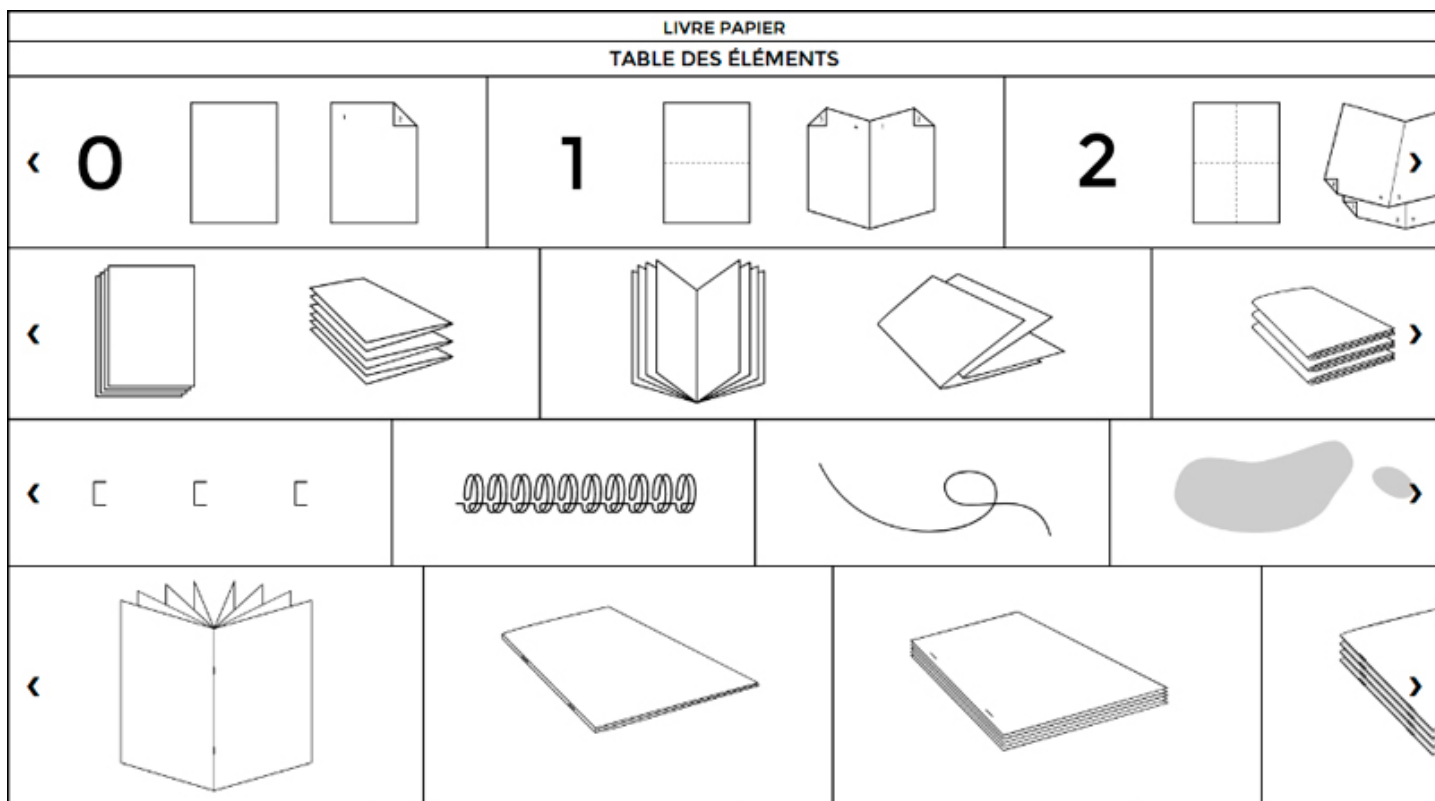


Figura 15. Imagen que ilustra cómo debemos calcular el número de páginas de la publicación según la encuadernación elegida  
Fuente: <<https://www.lorrainefurter.net/>>.

### Artes finales

Las artes finales, como apuntábamos anteriormente, son una fase muy importante en el proceso de producción gráfica. Si nos interesa conocer de manera panorámica los distintos tratamientos de archivos tanto en el medio impreso como en el digital, recomendamos consultar el libro de Caldwell y Zappaterra, *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales* (2014). Para profundizar más en los aspectos técnicos de la gráfica impresa, recomendamos *Bases del diseño. Impresión y acabados*, de Ambrose y Harris (2015). Cuanto más sepamos de estos aspectos técnicos, mejor podremos controlar los resultados de nuestras publicaciones. A continuación damos algunos consejos básicos.

Las imágenes deben estar de manera ideal a 300 ppp o píxeles por pulgada. Si nuestra publicación va a ser digital, será suficiente con que las imágenes sean de 72 ppp, que es la resolución estándar de pantalla. No obstante, es siempre mejor trabajar de entrada a 300 ppp y luego reducir la calidad de las imágenes para versiones digitales del documento.

Cuando tengamos el diseño terminado, es aconsejable hacer una copia de este con los textos trazados. Para ello, seleccionaremos todos los campos de texto del documento y les aplicaremos la opción «convertir en contornos», que traduce las letras a formas de dibujo vectorial. Esta última versión será la que llevaremos a imprenta o subiremos a la red. Así nos aseguramos de que las tipografías que hemos utilizado se visualizan correctamente. Si no trazamos las tipografías, sobre todo en gráfica impresa puede ocurrir que la imprenta no reconozca el tipo de letra que hemos utilizado y la sustituya automáticamente por otra, lo que da lugar a efectos inesperados.

Tanto si vamos a llevar a imprenta nuestro documento como si lo vamos a imprimir en casa o subirlo a la red, es siempre aconsejable tener todos los elementos utilizados (imágenes, enlaces y tipografías) para la publicación juntos en una misma carpeta. En los programas de diseño podemos generar esta carpeta automáticamente con las opciones «Empaquetar» o «Reunir para impresión».

Para documentos impresos, deberemos incluir sangre de 3 mm aproximadamente por cada lado, sobre todo si hemos diseñado con imágenes o elementos que tocan los bordes del papel. La sangre es un área que desborda el margen del papel y que se utiliza para corregir el margen de movimiento en el corte que tienen las guillotinas, para evitar que en los bordes de nuestras páginas aparezcan filetes blancos. También exportaremos nuestro documento con marcas de corte para tener una referencia de por dónde se ha de cortar el papel para que las páginas queden a la medida elegida.

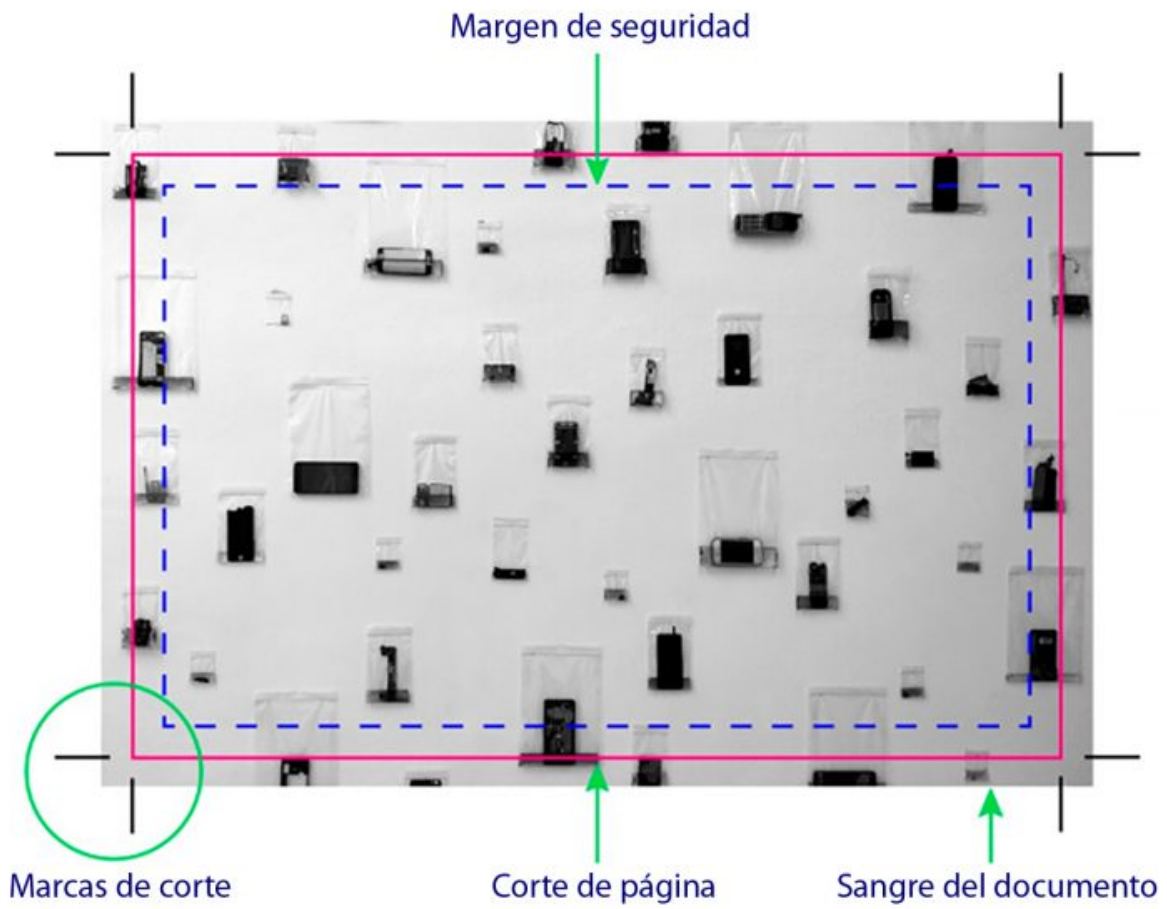


Figura 16. Esquema de marcas de corte  
Fuente: diagrama realizado por la autora.

## 3. Cómo elaborar una publicación

### 3.4. Software y medios de reproducción

En este apartado vamos a ver herramientas que utilizamos tanto para la preproducción como para la producción. Se trata una vez más de un pequeño apunte de métodos y medios para que, a partir de aquí, podamos investigar e incidir en aquellos que se ajusten más a nuestras circunstancias.

#### Software

En un pasado no tan lejano, no mucho más de treinta años atrás, los procesos de diseño y fotocomposición se llevaban a cabo de manera física y analógica. Con los medios digitales de los que disponemos actualmente, todos estos procesos han sido optimizados y sintetizados en un compendio breve de programas que nos permiten trabajar de manera más rápida. No obstante, por el placer del conocimiento, podemos acompañar nuestro trabajo de ciertos procesos de diseño manuales. En el ámbito de las artes gráficas, así como en el audiovisual, los programas que se utilizan de forma más extendida suelen ser software privativo, como el famoso paquete de Adobe. Aquí propondremos también algunas alternativas de software libre o de código abierto. A continuación vamos a describir brevemente algunas de las herramientas de software que comúnmente se utilizan en diseño:

**Adobe Photoshop:** es un programa adecuado para retoque fotográfico e ilustración digital. No es nada recomendable para diseño ni maquetación de archivos, pues se basa en el principio de mapa de bits, que puede afectar negativamente al uso de tipografías y vectores. Como programa alternativo en código libre tenemos GIMP, que comparte las mismas funcionalidades que Photoshop.

**Adobe Illustrator:** sobre todo recomendado para hacer ilustraciones de tipo vectorial. También es adecuado para diseñar y maquetar publicaciones de pocas páginas, gracias a su versatilidad, el alto control de detalles al que podemos llegar y las opciones técnicas para control de perfiles de color, tintas, exportación, etc. Uno de sus equivalentes en código abierto es Inkscape.

**Adobe Indesign:** es el programa por excelencia para la maquetación de publicaciones. Es ideal para el tratamiento de textos, la aplicación de estilos y páginas maestras que agilizarán enormemente el proceso. Es perfecto para maquetar tanto publicaciones de texto como revistas y cuerpos editoriales de gran extensión en páginas. Como alternativa en código abierto tenemos Scribus, entre otros.

#### Medios de reproducción

Mencionaremos brevemente algunos métodos de reproducción impresa para tener una visión panorámica de opciones disponibles, y poder elegir aquella que más se adecue a nuestro tipo de publicación.

**Xerografía:** serían las fotocopias de toda la vida, impresiones muy económicas sobre todo en su versión en blanco y negro. Generalmente trabajan con formatos de papel A4, A3 y A3+ y ofrecen un aspecto visual muy interesante.

**Risografía:** a caballo entre la serigrafía, la fotocopia y el *offset*, esta técnica brinda la posibilidad de utilizar tintas de color directas y producir pocos ejemplares a un coste reducido. Las máquinas riso trabajan generalmente con un tamaño de hoja A3.

**Impresión digital:** cada vez más extendida, permite la impresión a todo color de documentos y nos da la posibilidad de hacer una tirada de pocos ejemplares a un precio relativamente asequible. El tamaño de hoja varía según la máquina.

**Offset:** suele ser asequible a partir de un mínimo de 500 ejemplares. Los resultados son óptimos y podemos trabajar con tintas especiales, como flúor, blanco, metalizados, etc.

**Serigrafía:** más recomendada para publicaciones de una página o pósteres.

Existen muchos más tipos de impresión, como *letterpress*, tampografía o gran formato, que iremos descubriendo a medida que realicemos más publicaciones.



Figura 17. Serigrafía manual, demo de Ale Alonso en Printworkers, Barcelona, para el evento de Domestika *Primera Impresión*, 2019  
Fuente: <<https://www.printworkersbarcelona.com/eventoofflinedomestika/>>.



## **4. Difusión, performatividad y publicación expandida**

### **4.1. Introducción**

Durante el recorrido de este texto hemos ido conociendo qué son las publicaciones y cómo podemos hacerlas. También hemos visto qué posibles usos podemos darle a este formato. Ahora ya sabemos que una publicación no es tan solo una revista o un libro con su número de serie al uso, sino que sus formas y potencialidades son infinitas, y pueden ser, como ya vimos, un material perfecto de documentación que acompañe a una obra de arte, o directamente una obra en sí misma. Pero las posibilidades de las publicaciones pueden ir todavía más lejos.

En este cuarto y último apartado, a modo de conclusión, vamos a relatar de manera más detallada algunos ejemplos de publicaciones que van más allá del concepto general que se tiene del formato. No solamente describiremos las publicaciones en sí, sino también las acciones que las atraviesan, quedando patente cómo una publicación puede incluso activar procesos de trabajo e investigación verdaderamente transformadores.

## 4. Difusión, performatividad y publicación expandida

### 4.2. Publicar, una declaración de intenciones

#### 4.2.1. La publicación expandida

Las publicaciones son un medio de expresión, una herramienta para difundir ideas y para construir y ampliar contextos. A menudo posibilitan activar situaciones y generar cultura de una manera transversal y porosa. En el caso de las autopublicaciones, este hecho se amplifica aún más, pues al ser un proceso de creación principalmente autónomo, dirigido por nosotras mismas, las tomas de decisiones no mediadas por intereses externos a nuestras ideas dan lugar inevitablemente a una mayor transformación y expansión de lo que se entiende por publicación.

Antes de seguir, nos gustaría tomar un momento para contextualizar un aspecto clave para la comprensión del fenómeno: el concepto de publicación expandida. Encontramos la cualidad de expandido unida a infinidad de manifestaciones culturales. Es un concepto en sintonía con las necesidades de clasificación y definición de los objetos de la cultura contemporánea, pues es cada vez más frecuente que las definiciones clásicas sean insuficientes para describir sus nuevas complejidades. A estas alturas, las obras en sí han desbordado ya el propio formato y lo que se esperaba de él. A este respecto, podemos referirnos a la expresión que la crítica norteamericana Rosalind Krauss difundió en los años ochenta del pasado siglo cuando, al hablar de nuevas manifestaciones en las prácticas artísticas, dijo de las instalaciones en concreto que se trataba de «escultura del campo expandido» (2002). Esta idea del campo expandido, y de aquello expandido en general, comienza a verse pronto en forma de literatura expandida, cine expandido, educación expandida, etc. Cuando hablamos de publicaciones expandidas, pues, hablamos una vez más de este desbordamiento en positivo del propio formato, esta evolución hacia algo más complejo e imbricado con las características de la experiencia contemporánea.

Cuando entramos en el concepto de edición expandida, nos encontramos un conjunto de teorías que tratan no tanto de derivas procesuales como de características palpables dentro del fenómeno. Estas aparecen vinculadas generalmente a la edición expandida con respecto a su propio formato (véase la vertiente digital del mismo). En este sentido, se contempla también la proliferación de plataformas de edición colectiva y en construcción permanente, como podría ser el caso de Wikipedia, por ejemplo. Así pues, algunas de las características propias de la edición expandida serían la cogeneración de contenidos, la multiautoría, la multiplicidad de voces que intervienen en la construcción, la revisión, el cambio, la mejora y la remezcla de los contenidos, la naturaleza necesariamente inacabada del objeto editado, el proceso interactivo y permanente de construcción y reconstrucción, la posibilidad de inclusión de estímulos múltiples (sonoros, visuales, auditivos, textuales) y la ubicuidad tanto en la generación como en el acceso a los contenidos (Gil y Rodríguez, 2011, pág. 95).

En nuestro caso, tomaremos en cuenta algunas de estas características pues, aunque nuestro interés está más enfocado en los aspectos procesuales, cuestiones como la multiautoría, la naturaleza inacabada en permanente construcción del objeto y la posibilidad de convivencia de múltiples formatos en uno son esenciales para entender los casos que describiremos a continuación.

## 4. Difusión, performatividad y publicación expandida

### 4.2. Publicar, una declaración de intenciones

#### 4.2.2. La publicación expandida en el arte

En el momento en el que el formato se expande, también lo hacen sus engranajes, es decir, cada una de las partes desplegadas. Así, la experiencia se amplía, se conectan entre sí distintas activaciones y, a su vez, también se producen derivas que pueden desembocar en nuevos proyectos y colaboraciones. Ya no solo hablamos de las publicaciones en tanto que obra de arte, sino también de publicaciones que forman parte de procesos de creación complejos y que acaban generando un engranaje de piezas multiformato en su producción y presentación. Vamos a ver este fenómeno con casos concretos.

Un buen ejemplo de este fenómeno sería la obra *Investigations* (\*), del artista suizo Christian Marclay. Se trata de una *performance* de tipo *site-specific* que el artista ha organizado en distintas ciudades del mundo, colaborando en cada lugar con pianistas locales que aportan su conocimiento, interpretación e investigación particulares, lo que da lugar siempre a resultados diferentes. La ejecución de esta pieza está basada en una publicación *sui generis* en forma de partituras gráficas variables que son ejecutadas en un concierto con varios pianos tocados a la vez.

En un primer momento, Marclay se dedicó a buscar fotografías en las que apareciesen manos tocando un piano. Algunas de las fotos que encontró y recortó mostraban dos manos derechas, o tres o cuatro manos que indicaban que el piano estaba siendo tocado por varias personas a la vez. Cuando tuvo una selección de cien fotografías, compuso una por cada página individual, incluyendo fragmentos de pentagramas en blanco debajo de cada foto. Este conjunto de cien fichas o partituras, contenidas en una caja, fue entregado a un primer grupo de pianistas, quienes debían anotar su propia interpretación de cada imagen traducida a notación musical. La inclusión de imágenes en las que salían varias personas tocando instaba, a su vez, a que en la posterior ejecución de la pieza sonora los pianistas se ayudasen entre ellos a tocar esa parte en concreto. Además, también se incluyen en la interpretación gestos como apoyarse en el piano, tocar desde el suelo y otros gestos corporales que confieren a la *performance* una relación corporal, además de visual, con el sonido. Antes de cada *performance*, las cien partituras previamente anotadas por cada músico se mezclan, como si fuese una baraja de cartas, y la acción dura hasta que todos los músicos hayan terminado de interpretar todas las páginas.



Figura 18. Christian Marclay, *Investigations*, parte de la publicación  
Fuente: <<https://hcmf.co.uk/event/christian-marclay-investigations/>>.

Cada vez que la *performance* tiene lugar, se imprimen e intervienen un nuevo conjunto de publicaciones, que van lugar por tanto a variaciones de esta, que van expandiendo y diversificando un mismo contenido de base. Las distintas variaciones de esta publicación, con la impronta personal que cada pianista aporta a la interpretación musical de las fotografías, nos llevan a pensar en el carácter mutante y poliédrico que pueden tener las publicaciones. Como vemos, en este caso ya no nos encontramos solamente con que la publicación es la obra en sí misma, sino que la publicación es el elemento que inicia una obra mutante en su forma y tiempos. Así, la publicación es parte esencial del proceso de creación, y puede verse de manera independiente o experimentarse sensorialmente a través de la música escrita que contiene, que a su vez es siempre distinta. Como podemos ver, la cualidad de «expandido» se nos hace del todo necesaria para describir este tipo de proyectos tan contemporáneos.



Figura 19. Christian Marclay, *Investigations*

Fuente: <<https://sonarplussd.com/es/programs/barcelona-2019/areas/macba/investigations-de-christian-marclay>>.

Otro caso de publicación expandida podría ser la que tuvo lugar durante la feria de arte contemporáneo SWAB, que se celebra anualmente en Barcelona. En 2019 se llevó a cabo un ciclo de *performance*, organizado por la comisaria Alexandra Laudo, que en su programación incluía la pieza *M'has parlat i t'he dit que et vaig dir que no et digui* (\*), una colaboración entre el colectivo de realizadores, programadores e investigadores Estampa, y la escritora y artista visual Irene Solà. La pieza parte de un intercambio epistolar vía correo electrónico que se dio entre la escritora y una red neuronal de generación de texto que había sido previamente entrenada por Estampa. La puesta en escena del proyecto, es decir, la *performance*, consistía en una acción mediada por la intervención de Solà, por un lado, y los miembros de Estampa, por otro. Ambos equipos disponían de un clásico proyector de opacos, en el que alternativamente y en paralelo iban mostrando al público cada carta escrita y su correspondiente contestación, lo que generaba un giro analógico, físico y presencial bastante peculiar que contrastaba con la vía electrónica que había mediado las comunicaciones y con el hecho evidente de que una de las partes comunicantes había sido una máquina. Como parte del proyecto, se editó una publicación sencilla, a una tinta color negro y encuadernada con grapa de tipo omega, que contenía toda la correspondencia mantenida. En este caso, la fase previa de correspondencia, la *performance* y la publicación son distintas partes de un proceso que por momentos confluye en un mismo lugar y por momentos se despliega con tiempos de lectura y almacenaje sensorial distintos. En última instancia, la publicación es tan solo una de las partes del proceso, pero aquella que eventualmente puede perdurar de manera más estable en el tiempo.

El tercer y último caso que nos gustaría mencionar es algo más panorámico, pues no se trata de un proyecto concreto sino más bien el trabajo continuado de una persona. Es el caso de la diseñadora gráfica e investigadora suiza Loraine Furter, que trabaja en Bruselas desde 2007. Furter tiene una estrecha conexión con el contexto de la publicación y la edición expandida, tanto directamente a través del diseño de contenidos editoriales híbridos, que combinan lo digital con la gráfica impresa, como también a nivel teórico, investigando su contexto, procesos y posibilidades.

Recomendamos fervientemente la lectura del ensayo *Expanded Publication* (\*) que esta diseñadora e investigadora realizó a propósito de la publicación expandida, rindiendo en parte homenaje al ya desaparecido proyecto editorial estadounidense *Dot Dot Dot* (2000-2010). Lo que resulta muy interesante de la lectura de este texto es que nos sumerge de manera activa en la no linealidad de la lectura, en su expansión y deriva. Una navegación muy contemporánea, que nos abre a su vez ventanas a otros proyectos y publicaciones en sintonía, y nos hace pensar en cómo el propio proceso de elaboración de una publicación puede crear situaciones, acciones y piezas en el medio.

**“demande de consultation”**  
**how can an artists' book**

nom du lecteur

**function as a concrete, visual**

nom de l'auteur

place n°

**and intermedia text?”**

titre

pour les périodiques ajouter

année(s)

numéro(s)

attention : lire les informations au verso de la fiche

le document est sorti

Figura 20. Fotograma extraído del vídeo editado por Loraine Furter y Signe Frederiksen para Summer University Bibliothèque Kandinsky Centre Pompidou, París, 2018

Fuente: <<https://vimeo.com/lorainefurter>>.

## 4. Difusión, performatividad y publicación expandida

### 4.2. Publicar, una declaración de intenciones

#### 4.2.3. Impresión y prácticas disidentes y pedagógicas

Cuando hablamos de formato expandido, hablamos de despliegues de posibilidad. A través de la publicación como medio, se pueden dar una serie de acciones, interacciones y aprendizajes que van más allá del propio objeto publicado. Una autopublicación puede ser la excusa perfecta para comenzar procesos de trabajo colectivo que generen contenidos e ideas distintos a los que generalmente nos vienen impuestos desde lógica capitalista del beneficio económico. Puede ser el contexto ideal para comenzar procesos de aprendizaje, procesos pedagógicos en el sentido más amplio de la palabra, que buscan abrir caminos para fomentar el pensamiento crítico, la creación, la activación política, etc.

En el primer apartado de nuestro texto mencionábamos la existencia, a partir de 1940, de la Escuela Freinet, donde fueron frecuentemente utilizados los procesos de impresión y autoedición para dotar de autonomía de pensamiento y aprendizaje a los niños. Cuando pensamos en la herencia simbólica actual de este tipo de prácticas pedagógicas experimentales, resulta relevante mencionar el trabajo de Lluç Mayol. Mayol, que en uno de sus últimos *statements* se autodefinía como «investigatoreducaeditactivista o algo parecido», es un agente cultural que cuenta con una larga trayectoria en los ámbitos de la investigación y de la pedagogía, que incide en la importancia de los procesos colectivos y comunitarios para la transformación social. Su vínculo con las autopublicaciones es prolongado en el tiempo, desde la fundación de la ya mencionada Fanzinoteca ([an]archivo de publicaciones auto-editadas) hasta las numerosas propuestas de elaboración de publicaciones en proyectos pedagógicos transversales (L'Automàtica, Escuela Meme, Catxirulo Lab). Uno de sus proyectos es *La Prensa Menuda*, un laboratorio de impresión familiar transgeneracional en el que se invita a experimentar con técnicas como la prensa de gelatina y con impresión tipográfica de tipos móviles, ambas técnicas vinculadas a las prácticas Freinet. *La Prensa Menuda*, en tanto que taller-laboratorio, fue llevada a cabo, entre otros lugares, dentro del programa *Allez! Prácticas ambulantes y museos dispersos* que tuvo lugar en 2019 en el MACBA de Barcelona. Lo que resulta interesante de este proyecto, y de otros proyectos coordinados por Mayol, es la apuesta por el aprendizaje desde el deseo y no desde la imposición, y cómo este posibilita la creación de nuevos contenidos.



Figura 21. *La prensa menuda* en 2017

Fuente: <<http://www.catxirulolab.org/wp-content/uploads/2017/04/DSC00593-copia.jpg>>.

En una línea de trabajo similar, actualmente hay colectivos que utilizan los procesos de publicación para activar dispositivos de aprendizaje y generar una cierta sedimentación de conocimientos. Este es el caso de Pedagogías Invisibles, proyecto cofundado por la

profesora e investigadora María Acaso, que basa sus modos de hacer en una metodología propia, acuñada como *Art Thinking*. Desde Pedagogías Invisibles se han llevado a cabo talleres en colaboración con colectivos de autoedición, utilizando el fanzine como herramienta pedagógica, como fue el caso de *Cómo crear con tus alumnos un fanzine colaborativo y organizar un festival en tu centro* (Madrid, 2017). También existen otras iniciativas de tipo local que están igualmente vinculadas a las autopublicaciones, como es el caso de la cooperativa de diseñadoras, lingüistas, periodistas, programadoras y docentes L'Apòstrof, quienes, dentro de la realización anual de sus Jornadas CruCruCru, han explorado en profundidad el formato publicación, y han llegado por ejemplo a organizar un debate colectivo por medio de la impresión en papel continuo de fax de las preguntas y respuestas. La publicación resultante es una suerte de exposición no conclusiva de las temáticas tratadas. Las iniciativas locales son numerosas, y sería extenso hacer una cartografía de todas ellas. No obstante, no queríamos terminar este punto sin mencionar el programa Analfabeto que en 2015 propuso la artista Larraitz Torres en el contexto de Tabakalera (Donostia). Este programa partía de una idea de publicación como dispositivo para hacer las cosas públicas, para dar espacio y voz a quienes quisieran hablar, y se desplegaba en distintos dispositivos, como conferencias, talleres, sesiones musicales (Analphabet Orchestra) y, cómo no, una publicación.



## **4. Difusión, performatividad y publicación expandida**

### **4.3. Potencialidad transformadora de las publicaciones**

Los formatos de publicación, y en concreto aquellas publicaciones que están autoproducidas, pueden dar lugar a procesos transformadores que desbordan la propia práctica artística y pueden propiciar colaboraciones que vayan mucho más allá. Son un tipo de formatos que a menudo no tienen el reconocimiento del que gozan otros objetos o iniciativas culturales. Podríamos decir que en apariencia son más modestos. Pero, por contra, esta presencia a veces silenciosa pero constante puede llegar mucho más lejos y contribuir en parte a transformar las historias del mundo. Las publicaciones autoproducidas pueden contribuir a la construcción de una cultura no hegemónica, a la preservación y el trasvase de esas otras historias, de esas otras vivencias que nos atraviesan y que, creemos, deberían ser tomadas en consideración.

La cuestión de la distribución de las autopublicaciones es un tema extenso, que puede ser interesante conocer si se desea iniciar un proyecto de autoedición editorial de largo recorrido, o que contemple la edición y distribución de distintas publicaciones en un periodo determinado. Pensando en un primer acercamiento al ámbito de la publicación editorial, hemos querido centrarnos en los aspectos de la distribución transversal de contenidos, muy frecuente cuando hablamos de los procesos activadores, y no tanto de la posterior circulación, venta o intercambio del objeto. En caso de querer iniciar un proyecto de autodistribución editorial, podemos comenzar informándonos en librerías locales de nuestro contexto cercano, que distribuyan autopublicaciones y/o ediciones afines, y también acudiendo a ferias y encuentros de autoedición y microedición. Así pues, esperamos que este material sea de ayuda para abrir algunos campos de posibilidad, para que se sigan utilizando y reapropiando los formatos de publicación en relación con la práctica artística.

## Referencias bibliográficas

**Ambrose, G.; Harris, P.** (2015). *Bases del diseño. Impresión y acabados*. Barcelona: Parramón.

**Caldwell, C.; Zappaterra, Y.** (2014). *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili.

**Carrión, U.** (2016). *El arte nuevo de hacer libros*. México D. F.: Tumbona Ediciones.

**Coloma, J.; Marco, I.** (2017). «Los (otros) libros. Bibliofilia underground». En: *Pasiones Bibliográficas II* (págs. 23-34). Valencia: Societat Bibliogràfica Gerònima Galés.

**Galaxina, A.** (2017). *¡Puedo decir lo que quiera! ¡Puedo hacer lo que quiera! Una genealogía incompleta del fanzine hecho por chicas* [en línea]. Bombas para Desayunar. <<https://issuu.com/andreagalaxina/docs/puedo-decir-lo-que-quiera-puedo-hacer>>

**Gil, M.; Rodríguez, J.** (2011). *El paradigma digital y sostenible del libro*. Madrid: Trama Editorial.

**Jardí, E.** (2007). *Twenty-two tips on typography (that some designers will never reveal) and twenty-two things that you should never do with typefaces (that some typographers will never tell you)*. Barcelona: Actar.

**Krauss, R.** (2002). «La escultura en el campo expandido». En: H. Foster (ed.). *La posmodernidad* (págs. 59-74; edición original 1979). Barcelona: Kairós.

**Ludovico, A.** (2012). *Post-Digital Print. The Mutation of Publishing since 1894*. Eindhoven: Onomatopée 77.

**Perec, G.** (2017). *Pensar/Clasificar* (edición original 1984). Barcelona: Gedisa.

**Ramos, A.** (2015). «Publicaciones bajo el radar» [en línea]. CCCB Lab. *Investigación e innovación en cultura*. <<http://lab.cccb.org/es/publicaciones-bajo-el-radar/>>

**Ramos, C. I.** (2020). «La microedición y sus microtecnologías (2.ª parte)» [en línea]. *Visual. Magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*. <<http://visual.gj/la-microedicion-y-sus-microtecnologias-2a-parte/>>

**Syafiatudina; Cráter invertido** (2017). *Autopublicando juntas* [en línea]. San Agustín Etlá, Oaxaca: TePeE. <[http://wiki.craterinvertido.org/index.php?title=Autopublicando\\_juntas @\\_Jogjakarta](http://wiki.craterinvertido.org/index.php?title=Autopublicando_juntas @_Jogjakarta)>

(\*) Contenido disponible solo en web.