

Formes de publicació i projecte artístic

Autora: Irma Marco

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Aida Sánchez de Serdio
PID_00275675

1. Conèixer les publicacions

- 1.1. Què són les publicacions?
- 1.2. Història breu de les publicacions
- 1.3. Característiques d'una publicació
 - 1.3.1. Característiques comunes
 - 1.3.2. Característiques específiques: imprès enfront de digital
- 1.4. Usos d'una publicació
 - 1.4.1. La publicació com a documentació d'un procés
 - 1.4.2. La publicació com a projecte d'art

2. Tipus de publicacions

- 2.1. Edicions d'una pàgina
- 2.2. Fanzins
 - 2.2.1. Què són els fanzins?
 - 2.2.2. Característiques
 - 2.2.3. Alguns exemples
- 2.3. Llibres i publicacions experimentals

3. Com elaborar una publicació

- 3.1. Conceptualitzar una publicació. Relació forma-contingut
- 3.2. Fases del projecte editorial: preproducció, producció i postproducció
 - 3.2.1. Preproducció
 - 3.2.2. Producció
 - 3.2.3. Posproducció
- 3.3. Consells per a la preparació d'arxius: paginació i arts finals
- 3.4. Programari i mitjans de reproducció

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

- 4.1. Introducció
- 4.2. Publicar, una declaració d'intencions
 - 4.2.1. La publicació expandida
 - 4.2.2. La publicació expandida en l'art
 - 4.2.3. Impressió i pràctiques dissidents i pedagògiques

4.3. Potencialitat transformadora de les publicacions

Referències bibliogràfiques

1. Conèixer les publicacions

1.1. Què són les publicacions?

Aquest text està dirigit a aquelles persones que es vulguin aproximar a l'àmbit de les publicacions. Es tracta d'un material introductori amb aspectes clau de tipus descriptiu i també amb alguns consells pràctics. Els objectius d'aquest manual són adquirir una sèrie de coneixements teòrics i contextuals, així com proporcionar eines que ens permetin realitzar les nostres pròpies publicacions de manera raonada.

El terme *publicació* es refereix, segons el diccionari de l'IEC, a l'«acció de publicar». Trobem també una segona accepció que es refereix directament a la publicació com a «obra publicada, especialment la que es posa a la venda». Detinguem-nos per un moment en l'acció de publicar. Quan publiquem alguna cosa, estem compartint o fent públics una sèrie de continguts: escrits, imatges, accions... Si pensem en plataformes digitals com les xarxes socials, per exemple, podem tenir una idea molt nítida de com funciona aquest procés i les implicacions que suposa: disposem d'un contingut en el nostre dispositiu que, posem per cas, solament nosaltres coneixem; al moment en el qual premem el botó màgic, el contingut ja no és solament en el nostre dispositiu, sinó que acaba de ser difós a tota una xarxa d'usuaris, el públic digital.

Les publicacions de les quals parlarem aquí s'acostumen a anomenar també publicacions editorials, ja que es tracta d'elements que han estat prèviament editats. L'edició seria el procés a través del qual transformem una idea i uns continguts en brut en un material amb una forma i un estil concrets. En el procés editorial intervenen tant la presa de decisions sobre la idea, presentació i organització dels continguts com la utilització d'una sèrie d'eines: processadors de text, imatge, disseny, maquetació, etc. Una publicació editorial es pot materialitzar de manera física (paper o similars) o digital (bits amb una aparença determinada). Els formats editorials que comunament reconeixem poden ser els llibres i les revistes. Ara bé, tant si estan elaborats de manera física com electrònica, l'univers editorial és extens, complex i, sobretot, en termes de producció, implica sovint uns alts costos econòmics i un engranatge d'agents i factors aparentment lluny del nostre abast.

Però, i si volem fer la nostra pròpia publicació editorial? Què hauríem de saber per poder publicar nosaltres mateixes? Per donar resposta a aquestes preguntes, el nostre material se centrarà no tant en les publicacions editorials en general, sinó en les que estan produïdes d'una manera més propera, de vegades fins i tot artesanal, a partir de mitjans que es troben al nostre abast. Aquest tipus de publicacions estan contextualitzades en el que s'acostuma a anomenar autoedició, microedició o edició independent. Existeixen més termes, diferències i matisos entre els que hem esmentat aquí. Això obre un camp de recerca extens que ens aventurarem a apuntar aquí de manera molt sintètica. En paraules de Ricardo Duque, les autoedicions, «autopublicacions o *small press* són un conjunt de pràctiques al voltant de l'edició que acumulen maneres de fer» (Ramos, 2015). Podríem afegir que aquestes pràctiques es caracteritzen per ser les autores les que s'encarreguen de tot el procés, des de la part creativa fins a la distribució. Pel que fa a la microedició, segons Clara-Iris Ramos, seria «una forma d'editar que comprèn les possibilitats de les escales petites» (Ramos, 2020). Finalment, podríem entendre l'edició o publicació independent com una activitat realitzada per una sèrie d'agents o col·lectius que es dediquen, amb una continuïtat més o menys regular, a l'activitat editorial i que tendeixen a prioritzar la qualitat dels continguts, la llibertat en la seva selecció i la cura durant el procés, enfront del mer benefici econòmic.

1. Conèixer les publicacions

1.2. Història breu de les publicacions

La història de l'autopublicació o microedició està evidentment relacionada amb la història dels llibres, si bé és cert que posseïx al seu torn una trajectòria pròpia, amb implicacions i característiques que la fan única. Ens traslladem per un moment als orígens del suport imprès, l'element més essencial i primigeni d'aquesta història. Es diu que els primers manuscrits antics daten del III mil·lenni a. C. a Mesopotàmia. Aquests textos tenien un suport d'argila i es podien transportar. Altres suports que sorgeixen a partir d'aquesta època són el paper a l'antic Egipte o el pergamí, seguit en el temps pel descobriment del paper a la Xina, a partir del segle II a. C. Avançant una mica més, trobem els còdexs, que van tenir un paper essencial fins a finals de l'edat mitjana. El còdex (del llatí *codex*, *-icis*) era bàsicament el model de llibre actual, però escrit a mà. Es componia de quaderns plegats, cosits i enquadrats que permetien l'escriptura a tots dos costats de cada full, denominats pàgines. A mitjan segle XV, s'inventa oficialment la impremta moderna, fita que revolucionarà la transmissió de la lletra i la imatge impreses.

Com veiem, no podem separar la història de la publicació dels mitjans que, al llarg del temps, n'han permès la producció i la reproducció. Històricament, algunes edicions sorgides dels marges, i sovint prohibides, no es podien elaborar en tallers oficials. La característica d'element ocult o de curt abast va fer que s'haguessin de produir de manera casolana i sovint també clandestina, amb maquinàries de mida petita, capaces de ser transportades o amagades fàcilment, i de fàcil maneig, ja que no sempre eren utilitzades per professionals. Trobem exemples d'aquestes pràctiques a partir del segle XV en la literatura de canya i cordill, de caràcter popular i proper, i també en el llibel i el pamflet polític, aquest últim utilitzat en el segle XIX pel moviment obrer, amb un llenguatge cru, poc refinat, més centrat a generar reaccions que a una suposada objectivitat en la transmissió d'informació.

Cal destacar també les tècniques Freinet de l'Escola Moderna (*), un model pedagògic experimental implementat a partir de 1920 en el qual els alumnes generaven i compartien els seus propis discursos a través de tècniques com la impremta escolar, component i imprimint les seves pròpies publicacions. També és àmpliament conegut l'ús del ciclostil per a la impressió de l'esmentada propaganda política. Un cas vistós pel seu *modus operandi* va ser el polèmic grup MIL (Moviment Ibèric d'Alliberament (*)), que durant la dictadura espanyola va finançar les seves publicacions impreses amb els diners que obtenien atracant bancs. També, nombrosos autors al llarg de la història, com Edgar Allan Poe, Virginia Woolf, H. P. Lovecraft, Jorge Luis Borges o Alejandra Pizarnik entre altres, els treballs dels quals trencaven amb els paràmetres estètics i conceptuals del seu moment, es van autopublicar algunes de les seves obres. Aquesta necessitat d'autopublicar-se que veiem al llarg de la història està relacionada, entre altres coses, amb una voluntat de generar i difondre idees de manera independent als discursos hegemònics o oficials. Es tracta d'una defensa a ultrança de les idees, encara que aquestes siguin diferents i no generin directament un benefici econòmic.



Figura 1. Edicions Maig 37, fullet imprès, entre 1971 i 1973
Font: <<https://pbs.twimg.com/media/EbDNqjuXgAAHkT4.jpg>>.

A partir del segle xx s'obren noves possibilitats en l'edició i publicació experimental. Són els diferents moviments de l'avantguarda artística els que comencen a utilitzar el format editorial de manera nova, donant lloc a publicacions que van trencar moltes de les normes establertes. Un dels primers moviments que va treballar amb publicacions van ser els futuristes italians, que utilitzaven el pamflet com a format per difondre els seus manifestos. Un cas emblemàtic i freqüentment esmentat és l'acció que van perpetrar pujant a la torre del rellotge de la plaça de Sant Marc a Venècia per llançar els seus pamflets incendiàries en contra del model de ciutat clàssica. També el grup dadaïsta, antecessors clars del fanzín –que comentarem més endavant– van realitzar experiments gràfics impresos de caràcter efímer, visibles a la revista *Dada*, impresa el 1917 amb *letterpress* (*), forçant de manera extrema les possibilitats expressives de la tipografia, trencant el clàssic sistema reticular, i introduint el *collage*, amb el qual aconseguirien reapropiar-se i recontextualitzar continguts ja existents. A més de la innovació en l'ús del format editorial, també és notori com la proliferació d'aquests suports impresos va poder veure la llum gràcies a la col·laboració d'alguns impressors que ajudaven a esquivar els problemes amb la censura, i que promovien l'autopublicació fent assequibles les condicions econòmiques a aquests creadors perquè poguessin seguir produint.

Un altre antecedent directe de les autopublicacions són els experiments del grup artístic Fluxus, actiu des de l'any 1960. Amb Fluxus hi comencen a haver una multitud d'actes artístics en forma de *happenings*, accions que impliquen el cos en moviment, el so en directe, etc. Aquestes peces d'art en viu, difícilment arxivables com a obra, van propiciar una necessitat de documentar els seus processos i resultats, la qual cosa va donar lloc a publicacions multiformat. Els *Fluxkits* o *Fluxus Boxes* eren capses d'edició limitada, dissenyades acuradament i que contenien elements com mapes, fullets, pamflets, entrades dels seus esdeveniments, cartells i suports sonors, i la producció dels quals era relativament assequible i fàcil de dur a terme amb pocs mitjans. Es tracta d'una certa revolució si pensem que l'objecte editorial s'acaba transformant en l'obra d'art en si mateixa. També va existir una xarxa de col·laboracions molt fructífera entre artistes que es va generar arran dels experiments Fluxus i que va propiciar posteriorment l'aparició del Mail Art, un altre moviment de necessari esment, que l'inclassificable Ulises Carrión elevaria a la màxima potència. També són notòries les aportacions de l'Art Conceptual que, gràcies als seus posicionaments teòrics, va ajudar a dotar la publicació d'una certa independència com a format de creació. Aquestes experiències, que en el seu moment van sorgir per donar resposta a inquietuds específiques, han configurat el panorama expandit de potencialitats de la publicació que coneixem avui dia.



Figura 3. Ulises Carrión, *Ephemera*, edició 6 d'abril de 1978
Font: <<https://monoskop.org/>>.

1. Conèixer les publicacions

1.3. Característiques d'una publicació

1.3.1. Característiques comunes

Tant en suports impresos com electrònics, i encara que sempre existeixi alguna excepció que trenqui la regla, podem identificar una sèrie de característiques comunes a qualsevol tipus de publicació. A continuació, en descrivim algunes de les més essencials:

El format

Una publicació és un element que funciona com a unitat independent de contingut. Donant per descomptat l'existència a més de publicacions seriadades organitzades per toms o seccions que formen un total, cas en el qual podríem parlar de codependència entre les parts, una publicació és, en definitiva, un objecte. Aquest objecte pot ser pla, com un fullet, fàcilment transportable com un fanzín, voluminós com un llibre extens o fet de bits com un blog. D'entre una multiplicitat d'escenaris infinita, i sigui com sigui el nostre objecte, el contingut és narrat a través de l'espai que aquest ocupa. La forma que el nostre objecte editorial adopti està, al seu torn, estretament lligada a certes voluntats i constriccions de producció, però això ho veurem més endavant. Per posar un exemple aleatori, si volem fer una publicació interpretant de manera personal el *Gènesi* (*), com ja va fer en el seu moment Roberto Equisoain, no serà el mateix si copiem el llibre original sencer en mil pàgines de mida de puça que si el volem reproduir tot en una única pàgina de cent per cent centímetres; la sensació que generin ambdues opcions serà totalment diferent. Per tant, si parlem d'un suport imprès, sabem que el nostre objecte definitiu tindrà unes mesures determinades, un volum X i un nombre de pàgines Y. El mateix ocorrerà amb les publicacions digitals, ja que també hi hem d'establir un nombre de pàgines, així com un disseny de format: quadrat, rectangular apaïsat, etc.

La pàgina, unitat mínima de contingut

Qualsevol publicació que trobem parteix d'una noció de pàgina. La pàgina és l'element bàsic de contingut que organitzarà les nostres publicacions. Veurem més endavant que fins i tot hi ha publicacions que estan resoltes en una única pàgina, però sempre hi haurà aquesta mesura, fins i tot si decidim que les nostres pàgines siguin trossos de tela enormes impresos amb una piconadora i planxes de xilografia, com van fer Clara-Iris Ramos i l'equip Espai Brut en el festival d'autoedició Gutter Fest. La composició per pàgines generalment segueix l'esquema portada + contingut + contraportada. Aquesta estructura bàsica ens la podem saltar a l'hora de fer la nostra publicació, sempre que conceptualment aquesta ruptura tingui sentit, o reforci d'alguna manera la idea que volem transmetre. Així ho van fer Mario Santamaría i Blanca Crovetto en la seva publicació *To my wife*, la portada de la qual és a la pàgina 91 i viceversa.



Figura 4. *La Piconadora*, fanzín col·laboratiu, Gutter Fest (6a. edició, 2018), impulsat des de Modesta i Espai Brut
Font: <<https://www.facebook.com/pg/fanzinotecalamodesta/photos/>>.

Transmissió d'idees o informació

De la mateixa manera que les publicacions són unitats independents o codependents de contingut, també són elements que ens expliquen una història. No ens referim tant a la història en un sentit narratiu estricte, que també pot ser, sinó al fet que cada publicació és el resultat de la voluntat de transmetre o expressar alguna cosa, sigui de manera més descriptiva, suggeridora o críptica. La nostra publicació serà un element que ens serveixi de vehicle per expressar alguna cosa que volem comunicar a l'exterior, compartir amb algú. En aquest sentit, és molt important que cuidem els detalls que la componen perquè cadascun d'ells contribueixi a explicar la idea que volem transmetre, des de la tipografia que utilitzem, passant pel tipus d'imatges, els colors i la combinació, l'estètica general, etc. Així mateix, també és important tenir clar a quin tipus de públic ens volem dirigir, per ajustar l'enfocament de manera que arribi correctament on volem.

Autoria

Com en totes les esferes de la vida, un projecte es pot emprendre en solitari o en companyia, totes les opcions són bones mentre s'adaptin al que desitgem fer. En el context de la microedició és molt freqüent l'elaboració col·lectiva de publicacions, la col·laboració entre diferents persones per donar lloc a un únic resultat final. Aquest procés és molt recomanable. Una publicació pot estar feta per una persona, per moltes alhora, per diverses que s'encarreguen de diferents parts del procés (redacció, imatges, disseny, impressió, distribució, etc.), per moltes autores que es llancen per primera vegada a editar, etc. Les combinacions són múltiples i variades.

1. Conèixer les publicacions

1.3. Característiques d'una publicació

1.3.2. Característiques específiques: imprès enfront de digital

La desaparició del format imprès s'anuncia des de finals del segle XIX, quan diversos avenços tecnològics clamaven la mort del paper en favor dels nous formats elèctrics. No obstant això, és curiós que el format imprès s'ha anat transformant i adaptant al llarg del temps i encara està molt present entre nosaltres. Ara bé, sabem que de manera oficial i des de fa ja molts anys, el paper conviu en estreta companyia amb textos digitals en línia, llibres electrònics, telèfons intel·ligents, etc. Una bona part dels textos estan editats al núvol digital i són d'accés telemàtic, ràpid i directe, independentment del lloc on sigui el lector (Coloma i Marco, 2017, pàg. 24).

Característiques de la publicació impresa

Com a característica pròpia de la publicació impresa trobem que generalment utilitza el suport de paper. Així i tot, existeixen infinitat de publicacions-objecte i experimentals impreses sobre suports com el plàstic, la tela, la fusta o qualsevol superfície que puguem imaginar. Això sí, aquestes superfícies sempre donaran lloc a un objecte físic, tangible, amb una textura i un pes apreciables a l'ull i al tacte. Els diferents tipus de paper tenen unes qualitats expressives molt interessants quant a textura, to i gramatge, que influeixen positivament o negativament en l'impacte de la nostra publicació segons els seleccionem. El mateix ocorrerà amb els altres suports que hem esmentat. Cada element compta.

L'ús del color és essencial també en una publicació digital, però en una publicació impresa cobra una rellevància especial. Segons el tipus de tintes que s'utilitzin, aquestes causaran una sensació o una altra. No és el mateix una impressió tipus fotocòpia en blanc i negre de tòner que una publicació impresa amb tintes directes fluorescents de tipus Pantone. Entre aquests dos extrems, hi ha infinitat d'opcions intermèdies que podem explorar, totes vàlides. El tipus de tintes triades anirà unit també al sistema d'impressió que triem per imprimir el nostre projecte. Aquest pot anar des de les esmentades fotocòpies a la impressió digital, la Riso, la tampografia, la serigrafia, l'òfset i altres combinatòries clàssiques o experimentals (veure apartat 3.4).



Figura 5. Carta de color de la impressió risogràfica on es mostren algunes possibilitats visuals d'aquesta tècnica
Font: <https://art.illinois.edu/images/documents/Tutorials/riso_color_chartSmall.jpg>.

Un altre element propi de les publicacions impreses és el tiratge. El tiratge d'una edició és el nombre d'exemplars que se'n produeixen. Des d'un exemplar a mil o deu mil, segons les nostres necessitats i el nostre pressupost, tot s'hi val. Quan conceptualitzem la nostra publicació, cal tenir en compte quantes còpies en volem imprimir.

En una publicació impresa influeix també el tipus d'enquadernació que triem. Hi ha opcions molt interessants que podem fer nosaltres mateixes, des de la típica grapa als cosits a mà per plecs. També podem triar una enquadernació japonesa, rústica fresada, amb tapa dura o tova, relligat vist, grapa omega o de colors, acordió, amb *Fastener*, en espiral... I, finalment, les nostres publicacions poden tenir acabats especials: estampació, encartats, perfilats, lacats, etc.; i hi podem incloure extres, elements addicionals com objectes, encartaments, suports sonors, etc., que puguin acompanyar la nostra publicació.

Característiques de la publicació digital

L'univers digital és inabastable i, com suggeria el títol de l'exposició *Ahogarse en un mar de datos* celebrada a La Casa Encendida de Madrid el 2019, si no volem que la nostra publicació s'ofegui abans de néixer, és recomanable triar quin és el lloc de l'entorn digital on ens convé més allotjar-la, el més adequat per a la difusió que li vulguem donar. Estarà dins d'una pàgina web amb opció de descàrrega? Serà directament un blog? Volem fer un *podcast*? Potser una publicació sonora allotjada en un Bandcamp (*) o similar?

El principal avantatge que tenen les publicacions digitals és la lectura no lineal que ens permeten fer. Com diu Alessandro Ludovico, l'hipertext, que s'estableix a mitjan anys vuitanta del segle xx, és la possibilitat de crear a través d'un programari una estructura funcional de text totalment nova a l'espai digital (Ludovico, 2012, pàg. 27). Aquesta estructura ens dona una capacitat de navegació augmentada i relacional que molts projectes de publicacions digitals han sabut explorar al màxim.

Encara que una publicació digital no ocupi un espai físic palpable (el lloc físic que realment ocupa és en un centre de dades, en un servidor d'algun lloc del món), si volem que pugui ser consultada de manera àgil i fins i tot que es pugui compartir fàcilment per mitjà del seu enviament per correu electrònic o similar, no tenim per què escatimar en la quantitat de pàgines que tingui, però sí que és aconsellable controlar el pes de l'arxiu perquè no sigui excessiu i difícil de moure. Per a això, intentarem optimitzar els documents al màxim, sobretot baixant la resolució de les imatges a 72 punts per polzada, que és suficient per a una visualització en pantalla. També podem comprimir lleugerament els arxius, sempre revisant el procés, ja que una compressió excessiva dificulta la lectura d'imatges i textos.

1. Conèixer les publicacions

1.4. Usos d'una publicació

1.4.1. La publicació com a documentació d'un procés

Són nombrosos els usos que una publicació pot tenir. Dins del context de la creació artística contemporània, sigui visual, sonora, etc., destacaríem dos enfocaments interessants amb els quals podem produir una publicació. A continuació, els descrivim.

En el context de la creació contemporània és freqüent la realització de projectes de caràcter efímer o processuals, que difícilment poden ser immortalitzats en un objecte únic o peça-d'art que posteriorment puguem mostrar. En l'actualitat, els projectes artístics tenen la capacitat de convertir-se en engranatges complexos que es vinculen amb diferents agents, temporalitats i materialitzacions. No es tracta d'alguna cosa nova. Com vèiem quan parlàvem del moviment Fluxus, ja al segle passat va sorgir la necessitat de capturar d'alguna manera l'essència d'algunes obres en moviment a través de la documentació: publicacions impreses, fotografies, suports de reproducció sonora, vídeo, i ara també documents digitals, hipervincles, plataformes...

Una molt bona forma de completar un procés de creació artística és la realització d'una publicació que l'acompanyi. Tot allò que considerem necessari esmentar sobre l'obra, i que no sigui «llegible» veient l'obra de manera independent, ho podem traslladar a la publicació. Podem anar des del que és literal al que és suggeridor i, sobretot, és aconsellable aprofitar les possibilitats expressives que brinda el format publicació per no limitar-nos a fer una memòria a l'ús d'un treball, com si fos una descripció mecànica, sinó contribuir al fet que aquesta publicació mostri allò que necessitem però que a més afegeixi una nova capa de contingut al nostre projecte, i enriqueixi la lectura de l'obra a la qual acompanya.

Per entendre el punt de partida d'una publicació com a documentació d'un procés, podríem visualitzar el catàleg d'una exposició. Aquest generalment conté fotografies de les obres i informació addicional: textos comissarials, entrevistes, documentació històrica, enllaços, etc. Ara bé, si comencem a recontextualitzar i apropiari-nos de la idea de catàleg, de manera que sigui un element essencial per descriure el nostre treball o procés de creació, hi tindrem l'inici de la nostra publicació. Una artista que treballa freqüentment la publicació com a documentació dels seus processos és Sandra March. Per exemple, en el seu projecte *Anatòmica* (2010), que consta de vuit obres numerades i correlatives, l'artista va produir una sèrie de publicacions que complementaven curiosament cada peça amb tot tipus de detalls als quals l'espectador no podia accedir simplement veient l'obra original.

1. Conèixer les publicacions

1.4. Usos d'una publicació

1.4.2. La publicació com a projecte d'art

Hi ha casos en els quals la pròpia realització d'una publicació acaba per ser el projecte en si mateix. Aquestes obres poden ser molt interessants i s'adapten a la perfecció a certes necessitats i inquietuds del context contemporani. De fet, és notable assenyalar com, durant els últims anys, en convocatòries de projectes artístics d'arreu, existeix una nova categoria per optar a premis i beques: la modalitat «publicació». Això no fa més que reflectir una realitat actual: per fi existeix un reconeixement de la publicació editorial com a obra en si mateixa.

Aquí es disparen les possibilitats de creació, s'obre un camp infinit de possibilitats en les quals la nostra publicació, física o digital, serà l'eix central. No existeix una única forma a l'hora de realitzar una publicació-peça-d'art. Ara bé, recuperem aquí les primeres definicions del nostre text, on vèiem que una publicació en definitiva és l'acció i l'efecte de publicar. Aquesta descripció la podem interpretar lliurement en funció de la nostra voluntat. Podem comentar aquí un parell d'exemples. El primer seria el projecte AHBA (*Acaso Hubo Búhos Acá*), un projecte col·lectiu que va partir d'una acció de dotze hores seguides de durada que va servir d'excusa per a la producció d'una publicació que es contenia a ella mateixa, acompanyada d'una flexipostal amb una pista sonora i un element residual de la pròpia acció. El segon exemple és la peça IFAPA.ME (*Institute For the Advancement of Popular Automatisms*), de Joana Moll i Eugenio Tiselli, que es materialitza en una web on trobem una redefinició constant del projecte i l'enregistrament d'una sèrie d'accions realitzades en línia, on la pròpia web és una publicació que és la peça mateixa.



Figura 6. Segona acció de *Acaso Hubo Búhos Acá*, *Dosmil2000*, Barcelona, 2016

Font: fotografia personal cortesia dels artistes.

2. Tipus de publicacions

2.1. Edicions d'una pàgina

A propòsit dels llibres, Georges Perec ens revelava a *Pensar/Classificar* (2017) que tot mètode de catalogació és susceptible de contenir una fuga, una impossibilitat d'incloure el tot classificat. Sempre hi haurà exemplars que escapin a la categoria imposada, la qual cosa donarà lloc a la necessitat d'una nova classificació. Dit això, i assumint que les tipologies aquí establertes puguin contenir alguna fuga, aplicarem un mètode de classificació senzill per distingir els tipus de publicació. El criteri que aplicarem serà l'ús que es fa de l'element essencial de la publicació: la pàgina. Partirem de publicacions que es desenvolupen en una sola pàgina, i anirem avançant en la descripció de publicacions més complexes quant a l'extensió.

Un bon exercici per iniciar-nos en el món de les publicacions pot ser realitzar una edició d'una sola pàgina. Aquesta constricció espacial ens facilitarà abordar les idees que volem expressar, sense haver de pensar en un objecte excessivament complex d'entrada. Una vegada que hàgim conquistat aquesta pràctica de síntesi i desenvolupament de forma-contingut en un espai breu, sabrem com desenvolupar una publicació de més extensió, ja que comparteix els mateixos principis, però aplicats a un volum més gran. Com esmentàvem anteriorment, un objecte editorial explica la seva idea des del lloc que ocupa, sigui aquest d'una, cent o mil pàgines. Com a publicacions que es desenvolupen en una sola pàgina, parlarem aquí de pòsters i els seus derivats, fullets (pamflets o fulls de mà) i altres formats digitals. El que tenen en comú aquestes publicacions d'una sola pàgina és que posseeixen una capacitat immediata de transmetre el seu missatge, ja sigui gràficament, a través de text, o mitjançant una combinació de tots dos.

El pòster

Els pòsters o cartells són elements que solem trobar a l'espai públic. La seva principal funció és transmetre una informació útil en el breu lapse que permet la mirada durant un recorregut en moviment, per a això es valen de recursos estètics que capten la nostra atenció. Generalment, veiem al carrer cartells de publicitat o d'esdeveniments, amb les seves corresponents coordenades espaciotemporals. Ara bé, ens interessa aquí parlar del mitjà quan aquest s'utilitza d'una manera més conceptual. El format cartell és àmpliament emprat també en l'àmbit de la creació, sense estar necessàriament subjecte a l'ús publicitari. Per exemple, el projecte *Book 1/1* és un treball conceptual de Fiona Banner realitzat el 2009, en el qual l'artista qüestiona la pertinència de l'edició múltiple o limitada. Es tracta d'un llibre d'una sola pàgina de caràcter autoreferencial que mostra, com a únic contingut, el propi ISBN amb el qual està registrada l'obra. Altres usos interessants del format pòster serien els que en fa *El presentiment*, publicacions editades pel col·lectiu Espai en Blanc, que destaquen pel seu caràcter reivindicatiu i el seu enfocament de codi obert, posant a disposició del públic la descàrrega, impressió i enviament de les seves propostes. Sobre el cartell, també resulten molt interessants projectes com *public protest poster*, plataforma horitzontal ideada pel dissenyador Raúl Goñi que consisteix en una eina oberta al públic per dissenyar pòsters i que completa les seves accions amb projeccions de grans dimensions d'aquests cartells a l'espai públic.



Figura 7. Projectió de pòsters en una de les intervencions públiques de *public protest poster*, 2020
Font: imatge cortesia de Raúl Goñi, creador del projecte.

La pancarta

En la línia conceptual dels pòsters, i encara que no entren en la categoria en voga de publicació impresa, múltiple i seriada, farem un breu esment al fenomen efímer de les pancartes. Les pancartes serien alguna cosa així com edicions úniques, exemplars fets generalment a mà i expressament per a un esdeveniment/protesta en particular. D'una manera diferent però igual d'autèntica, transmeten el concepte de publicació com a acció i efecte de publicar, com a gest comunicatiu. Al cap i a la fi, aquest text vol obrir possibilitats de creació que puguin aportar noves dimensions a l'àmbit de la publicació editorial. La pancarta com a mitjà expressiu ha estat freqüentment utilitzada per artistes per dur a terme els seus projectes. Aquest és el cas de treballs com *HAHAHA protest* d'Anna Irina Russell o *Cardboards*, acció de l'artista Paweł Żukowski realitzada en quaranta balcons de Varsòvia en la qual convida a la reflexió des de l'espai públic sobre assumptes polítics i socials que afecten la població resident.

Els fullets

Igual que les publicacions d'una sola pàgina, els fullets, pamflets o també anomenats fulls de mà poden ser igualment utilitzats en l'àmbit artístic. Igual que els pòsters i les pancartes, sintetitzen la seva idea en una pàgina i s'associen generalment a l'art de propaganda. Ara bé, existeix una diferència essencial pel que fa a les anteriors. Així com els pòsters i les pancartes han de tenir una mida suficient que permeti la seva visió a una certa distància (des d'un format A3 (*) fins a les grans dimensions de les tanques publicitàries), els fullets són de petites dimensions. Es tracta de suports impresos que podem portar a sobre i distribuir-los fàcilment. La modèstia del seu format i la seva assequible producció han ajudat històricament a distribuir idees de manera dissimulada, clandestina i també massiva.

Donat el cas, podríem decidir que la nostra publicació fos un conjunt de fullets, llegibles com un tot, o a manera de missatges individuals distribuïts en diferents punts d'un espai. La forma de distribuir les nostres publicacions és també una fantàstica oportunitat per reforçar el concepte que amb aquestes volem transmetre. Aquest és el cas de l'esmentat llançament de pamflets que els futuristes van perpetrar des de dalt d'una torre a Venècia, per difondre un dels seus manifestos. Altres exemples històrics, més centrats en la propaganda política, serien les famoses *PSYOPS* (*), entre les quals hi ha els llançaments massius de pamflets per influir a la població en temps de conflicte. I com a cas present d'acció artística i publicació editorial, esmentarem els pamflets amb els quals l'autora de fanzins Lara Martínez difonia el seu projecte *La Roja*. Basat en les línies telefòniques eròtiques, es convida el públic a recitar amb veu «sexy» textos anticapitalistes, feministes, etc. Els fullets que conviden a la participació es distribueixen en els parabrises de cotxes com a targetes de serveis sexuals.

Apunts i suports digitals

Els formats de publicació a dalt esmentats tenen també el seu *alter ego* digital. No volem establir aquí una separació conceptual entre mitjà imprès i mitjà digital, sinó destacar una sèrie de característiques pròpies de l'espai virtual, que confereixen a les publicacions una dimensió diferent. Ens centrem ara en els apunts, imatges o missatges que podem publicar amb un clic a les xarxes socials i plataformes. Com a punt a favor, diríem que no hem de realitzar una inversió econòmica tan gran com la necessària per al suport imprès. D'altra banda, la capacitat de transmissió immediata i fins i tot viral del mitjà digital ens dona una amplitud en la difusió sense precedents. Finalment, la hiperabundància de continguts digitals que podem trobar a internet, la rapidesa amb la qual els consumim i rebutgem, i els propis factors algorítmics de les plataformes, poden fer que eventualment les nostres publicacions passin desapercubudes a l'espai digital.

Per concloure amb aquesta categorització, posarem aquí un exemple de fuga tipològica. Un contingut digital que comparteix les característiques de distribució clandestina del fullet, que funciona com a pàgina, però alhora conté una infinita quantitat en potència d'aquestes, i que a més és un objecte físic i una acció col·lectiva. Aquest és el cas del projecte *Dead Drops* iniciat per Aram Bartholl el 2010, que va instal·lar amb ciment una sèrie de dispositius USB amagats en parets de l'espai públic, als quals qualsevol amb un ordinador s'hi podia connectar, i iniciar així una xarxa mundial de propagació de dispositius, amb les seves corresponents dades per aquest mitjà.



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

2. Tipus de publicacions

2.2. Fanzins

2.2.1. Què són els fanzins?

Una cop hem entès les bases de la publicació en la versió més sintètica, parlarem de publicacions que es componen de diverses pàgines, però que per extensió o altres factors polítics i de distribució no són considerades oficialment com a llibres. Resulta complicat sintetitzar aquí una pràctica tan extensa i, sobretot, tan plural i mutant en les seves manifestacions. La paraula fanzín, en anglès, és una contracció dels termes *fan* (*fanàtic*) i *zine* (*magazine*). Segons l'expert Stephen Duncombe, els fanzins són

«revistes no comercials i no professionals de circulació petita que són produïdes, publicades i distribuïdes pels seus creadors.»

Galaxina (2017), pàg. 13.

Com veiem, són al seu torn l'exemple perfecte del que hem descrit aquí com a autopublicacions.



Figura 9. Diversos fanzins, col·lecció personal de l'autora
Font: fotografia de l'autora.

Sense aprofundir massa en la història del fanzín, que d'altra banda es relaciona amb tot el que ja hem esmentat a l'apartat anterior, sí que ens agradaria matisar el fet que el fanzín ha estat des de sempre estretament unit a contextos *underground* i a corrents i col·lectius al marge de l'establishment i que operen des de posicionaments *do it yourself* (*).

Es diu que els primers fanzins com a tals van ser una sèrie de publicacions realitzades a partir de la dècada de 1930 per fanàtics de la ciència-ficció. Aquests fanzins eren produïts gràcies al mimeògraf (*), que conferia a les còpies reproduïdes una estètica molt característica. La història dels mitjans de reproducció impresa ens pot aportar molta informació sobre els propis corrents i col·lectius que al llarg del temps se n'han servit per produir les seves publicacions. No obstant això, per qüestions d'espai, deixarem aquest relat per a una altra ocasió.



Figura 10. Exemplantos de fanzins de ciència-ficció, d'entre 1941 i 1971, de la col·lecció de Lenny Kaye
 Font: <<https://www.booo-hooray.com/pages/archives/80/the-lenny-kaye-science-fiction-fanzine>>.

2. Tipus de publicacions

2.2. Fanzins

2.2.2. Característiques

Les veus que dicten què és un fanzín –i què no– són com el fenomen en si mateix: múltiples i diverses. No obstant això, ens aventurarem aquí a establir una sèrie de característiques que creiem comunes a aquest format:

- **Caràcter no comercial:** les persones i els col·lectius que produeixen fanzins no solen tenir com a objectiu últim el lucre econòmic. Això no vol dir que no existeixi cap tipus de transacció monetària en el procés de distribució. Encara que és molt freqüent l'intercanvi com a mètode de distribució, els fanzins sí que es venen, solament que es dona més importància a la qualitat dels continguts i a la llibertat d'expressió que a l'obligada rendibilitat de l'objecte comercial.
- **Producció de petita escala:** els fanzins generalment es produeixen amb mitjans d'impressió econòmics i a l'abast de l'autora, com impressores domèstiques, fotocopiadores, màquines de risografia, etc. Se sol recórrer a la col·laboració amb petits estudis d'impressió, afins a la lògica de la petita escala. També la manipulació posterior de les còpies impreses se sol realitzar de manera artesanal: plegatge del paper, gratatge, estampació de portades, numeració, etc.
- **Tiratges curts:** l'elecció del nombre d'exemplars que es produirà del nostre fanzín, és a dir, el tiratge, està directament relacionada amb el caràcter de petita escala que aquest té. El tiratge d'un fanzín dependrà del seu radi de difusió, i pot oscil·lar entre un mínim de deu còpies fins a cinc-centes o mil en casos aïllats, com en els fanzins d'autoria col·lectiva i àmplia difusió, en els quals hi ha molts agents creadors implicats.
- **Difusió limitada:** els fanzins impresos són distribuïts de la mà de les seves autores-productores. La capacitat de difusió de les còpies, com que no està intervinguda per cap companyia de distribució, és més petita. Els principals mitjans de distribució de fanzins impresos són fires d'autoedició, locals afins, correu postal, en mà, etc. En el cas de les publicacions digitals, la difusió es realitza a través de canals que potencialment poden arribar més lluny, però en última instància comparteix el mateix esperit que en el cas de les còpies impreses.
- **Marc legal:** en tractar-se d'un objecte autoproduït, el fanzín es caracteritza per transitar indeterminadament entre el que es considera legal i il·legal. Díficilment un fanzín quedarà registrat com a objecte comercial sota les normes establertes del llibre. No porta ni ISBN (International Standard Book Number) ni ISSN (International Standard Serial Number) ni altres codis del sistema de transaccions comercials i protecció legal d'autoria. Es tracta en línies generals d'un posicionament polític, una declaració d'intencions que atorga al fanzín una llibertat i un caràcter fresc absoluts però que al mateix temps en pot dificultar la validesa com a document per a una recerca, per exemple.

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

2. Tipus de publicacions

2.3. Llibres i publicacions experimentals

Finalment, i seguint la lògica classificatòria de tipus de publicacions segons l'extensió de les pàgines, ens apropem a l'àmbit dels llibres i els seus derivats experimentals. Segons Ulises Carrión, «un llibre és una seqüència d'espais. Cadascun d'aquests espais és percebut en un moment diferent: un llibre és també una seqüència de moments» (Carrión, 2016, pàg. 37). Com veiem, algunes definicions, més que delimitar, obren camps de possibilitat. Aquesta obertura ens ajudarà a conceptualitzar la nostra publicació en funció del que vulguem que sigui, i no en funció del que se suposa que ha de ser.

En aquest cas el ventall s'obre gairebé tant o més que quan parlem de fanzins, doncs si ens acollim al terme *experimental*, aquest adjectiu es podria aplicar al concepte, la forma, els continguts, la distribució, etc. De manera breu, diríem que el que separa els llibres i altres publicacions experimentals de més extensió, dels fanzins o de les publicacions d'una sola pàgina, seria essencialment els recursos necessaris per dur-los a terme. Ens referim a qüestions tan senzilles com que produir un llibre de dues-cents pàgines enquadernat amb el seu lloc tindrà un cost econòmic més elevat que fer un fanzín de vint pàgines grapat. També és freqüent que durant el procés de producció d'un llibre hi intervinguin més intermediaris, necessaris per a l'edició, el control de textos, el registre legal, la venda etc., la qual cosa n'encareix el cost final. Això sí, sempre hi ha excepcions.

Són publicacions experimentals les que desborden els formats establerts. Aquest és el cas de les publicacions objectuals, publicacions que surten de l'espai bidimensional del llibre, i s'apropen més a la idea de capsa contenidora d'idees, com veiem en el cas pioner dels *Fluxkits* ja en els anys seixanta del segle passat, o els exemplars de l'emblemàtica revista *Aspen*. També entrarien en aquesta categoria casos més propers com la publicació *La Más Bella* i la seva *Bellamátic* (màquina expendedora dels seus exemplars) o *La Capsa Erno*, entre moltes altres. No obstant això, poden ser també experimentals aquells projectes editorials que aconsegueixen reinventar el concepte del que és un llibre, o del que és un llibre d'artista. Aquest és el cas del matemàtic i artista Pep Vidal, qui va guanyar un premi a la publicació d'artista presentant la seva tesi doctoral sobre el comportament d'algorismes, exactament amb el mateix format amb el qual havia estat presentada a la seva universitat. En aquest cas és el propi gest el que confereix a la publicació una dimensió diferent.



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

3. Com elaborar una publicació

3.1. Conceptualitzar una publicació. Relació forma-contingut

Com hem vist a l'apartat 1.3, una publicació s'expressa a l'espai delimitat pel seu format. També hem esmentat la influència de les característiques visuals i tàctils en la transmissió de la idea. Ara que ja tenim una idea més clara de com són les publicacions editorials, veurem com les podem fer nosaltres mateixes. En aquest apartat ens centrarem en aspectes pràctics que ens guiaran en la realització del nostre projecte.

Per començar a pensar en la nostra publicació, no cal que la idea principal sigui excessivament complexa. Sovint és més efectiu partir d'una voluntat expressiva, una inquietud, una experiència, un tema, un interès o una pregunta que ens sigui propera i abastable, per poder-la desenvolupar amb detall. Es tracta en definitiva de materialitzar aquesta idea perquè les persones que vegin la nostra publicació l'entenguin tal com la volem comunicar. També hi ha la possibilitat de realitzar una operació inversa, en la qual comencem jugant amb materials que ens interessin (imatges, textos, suports, color...) i, a través d'aquesta experimentació, trobem un concepte que la doti de sentit. En tots dos casos tindrem present que forma i contingut acabaran participant d'una relació recíproca, en absoluta sintonia.

Pluja d'idees

Un bon punt de partida, tant a l'hora de planificar una publicació com qualsevol altre projecte, és fer una pluja d'idees o *brainstorming*. Per ajudar en el procés, podem també recopilar referències d'altres publicacions o obres que ens hagin interessat. Aquestes referències poden ser tant conceptuals (les idees i com s'han abordat) com materials (tipus de paper, ús del color i la imatge, formats, tipus de plegaments i enquadernaments, etc.).

Per què i per a què

Sembren preguntes senzilles, però no ho són. Si fem l'exercici de contestar-nos-les, coneixerem d'entrada quines són les nostres motivacions reals referents al fet de publicar. Saber per què creiem més adequat el format publicació i no un altre, com una escultura o un vídeo per explicar la nostra idea, contribuirà a desenvolupar-la millor. Amb el per a què succeeix el mateix, pensar en això ens donarà una direcció més clara del que volem. Si la publicació que farem és la part complementària d'un projecte artístic ja en marxa, és a dir, si funciona com a documentació d'un procés de creació, tindrem el punt inicial bastant avançat. Si, per contra, es tracta d'una publicació que està concebuda com a projecte artístic o obra en si mateixa, la començarem a conceptualitzar des de la base.

La podem portar a la pràctica?

Sovint se'ns ocorren idees fantàstiques que, per diferents motius, no són del tot factibles. És molt recomanable tenir-les en compte per a un futur, però, quan sabem que hem de començar i acabar un projecte en un termini prèviament fixat, ens serà d'ajuda tenir en compte quina és la nostra capacitat real de dur-lo a terme. En aquest sentit, podem pensar en quins recursos materials, econòmics i humans necessitem per arribar a temps. Sense forçar-nos a disposar d'un pressupost tancat d'entrada –ja que ens trobem en una fase prèvia del projecte, i aquest encara passarà per diferents canvis i adaptacions–, és aconsellable tenir una idea aproximada de quant ens pot costar la producció, d'on ens agradaria fer-la, quina tècnica d'impressió o plataforma digital ens sembla més adequada, i de si tenim la intenció de col·laborar amb més persones en el procés i la seva disponibilitat. Per aclarir dubtes en aquesta fase del procés, recomanem la consulta d'*Autopublicando juntas*, de Syafiatudina i Cráter invertido (2017), un material pràctic que se centra sobretot en la publicació amb Riso, però que també és molt complet i aporta una visió panoràmica sobre com autopublicar i per què.

Ebossos i maquetes

Confeccionar maquetes en les primeres fases del procés és una bona tècnica per començar a visualitzar de manera més clara com volem que sigui la nostra publicació. En el cas de publicacions digitals, aquest procés passarà per la feina en pantalla, però en el cas de les publicacions impreses, podem jugar a muntar diferents formats de paper, gramatges, volum de pàgines, idees d'enquadernaments o plegaments, etc. Amb aquestes maquetes podem anar a la impremta i consultar-ne la viabilitat.

3. Com elaborar una publicació

3.2. Fases del projecte editorial: preproducció, producció i postproducció

3.2.1. Preproducció

Cronograma o calendari

Tal com apuntàvem anteriorment, les nostres publicacions estan necessàriament lligades a certes constriccions i característiques de la producció. La classificació del procés editorial en tres fases coincideix amb la d'altres oficis, com l'audiovisual. Aquí ens centrarem en els aspectes propis que afecten la gràfica impresa.

Una vegada que tenim clara la idea, ens llançarem a la fase de preproducció. A partir d'aquí hi ha una sèrie de processos que requereixen una certa organització si volem arribar a temps a la nostra data de lliurament. La manera en què ens organitzem dependrà de l'estil de cadascuna, però una cosa realment útil és mirar d'anotar tot el que necessitem fer per aconseguir acabar la nostra publicació, i assignar a cada part un temps determinat; això és el que anomenem cronograma o calendari de producció.

A continuació, apuntem una idea possible de cronograma:

1. Reunir el material necessari previ al disseny (textos, imatges i altres)
2. Disseny i maquetació
3. Últims retocs de disseny i arts finals (descriurem més endavant què són)
4. Portar-ho a la impremta i contemplar el termini d'impressió
5. Manipulacions finals de la publicació
6. Preparatius de la presentació, en cas que n'hi hagi
7. Pla de distribució, en cas que vulguem difondre la publicació
8. També és aconsellable guardar un termini extra per a possibles imprevistos, ja que qualsevol demora pot influir en el termini final

Predisseny i disseny

En aquesta fase, primer comprovarem si realment tenim suficient informació per explicar la nostra història. Es tracta d'un moment d'avenç no estrictament lineal, ja que en desenvolupar les idees, sigui a través de textos o d'imatges, poden sorgir nous reptes, mancances, o fins i tot possibles capgirells en la idea original. Tal vegada tinguem tota la informació que necessitem, o pot ser que, per contra, hàgim de recórrer a altres passos previs al disseny, com fotografiar materials que faltin, acabar d'escriure alguns textos, etc. També va bé cada cert temps aplicar una mirada més panoràmica, per comprovar que el projecte segueix sent factible. Això ens ajudarà també al fet que la idea al final estigui ben expressada.

Quan realitzem el disseny, és possible que canviïn la mida final de la publicació, el nombre de pàgines o fins i tot l'aspecte dels colors, entre altres. Tot això pot modificar sensiblement el pressupost inicial, per la qual cosa aquí, abans de lliurar-ho a la impremta, tornarem a realitzar les consultes pertinents.

3. Com elaborar una publicació

3.2. Fases del projecte editorial: preproducció, producció i postproducció

3.2.2. Producció

Una vegada que tenim el nostre disseny acabat, en cas de publicacions impreses hem de preparar els arxius per portar-los a la impremta. Perquè la nostra publicació quedi bé, hi ha unes especificacions tècniques que s'han de complir. Es tracta d'un conjunt de passos que es diuen arts finals. Unes bones arts finals asseguruen que les nostres imatges no surtin pixelades (tret que deliberadament ho vulguem així), que no hi hagi elements del disseny que es perdin o es tallin en les vores, etc. En el punt 3.3 anotarem alguns consells per preparar-les.

Quan lliurem els nostres arxius finals a la impremta, allà procediran a la imposició d'arxius i a la impressió. És recomanable una bona interlocució amb la impremta per garantir que tot surti bé. Es recomana també demanar proves d'impressió per poder corregir, si es dona el cas, alguns aspectes que se'ns hagin passat per alt durant el disseny en pantalla. En la gràfica impresa, hi ha moltíssims factors que influeixen en el resultat final, tals com la direcció de la fibra del paper i la seva concordança amb la disposició de la pàgina i l'enquadernació. Per a aquests detalls, ens en podem informar a la pròpia impremta o en manuals específics.

Una vegada lliurats els arxius, ens podem anar preparant per a la postproducció, sobretot si aquesta serà de tipus manual o artesanal. Així, podem anar reunint els materials necessaris per plegar, enquadrar, etc. Si la nostra publicació serà digital, el procés és diferent. Els temps d'impressió no existeixen si publiquem en plataformes digitals, tot sol ser bastant immediat, encara que si hem d'adquirir algun allotjament web, cal contemplar un termini addicional per al tràmit.

3. Com elaborar una publicació

3.2. Fases del projecte editorial: preproducció, producció i postproducció

3.2.3. Posproducció

El terme *postproducció* es refereix, en línies generals, al procés últim d'ajustos i preparació final dels materials tal com seran publicats. En l'àmbit editorial, postproducció són les manipulacions com el plegament de les pàgines, l'enquadernació o grapatge, el tall, les fenedures, els encartats, alguns acabats extra, com gofratges o cop sec, encunyaments, tintament de les vores de les pàgines, arrodoniment de cantonades, encartaments, afegiment de solapes, cosits, i una infinitat de detalls addicionals que hi podem incloure.

Si parlem de publicacions editorials de gran volum en exemplars i distribució, és molt probable que tota la postproducció es realitzi a la impremta, mitjançant processos automatitzats per les màquines. Si per contra parlem d'autopublicacions amb un tiratge d'exemplars limitat, els processos d'automatització no seran assequibles, ni tan sols recomanables. Amb una mica de temps i dedicació, podem assumir nosaltres aquesta última part del procés, i de pas aprendre'n un munt fent-ho. Sempre podem recórrer a mètodes *do it yourself*, que no tenen res a envejar als processos industrials.

3. Com elaborar una publicació

3.2. Fases del projecte editorial: preproducció, producció i postproducció

3.3. Consells per a la preparació d'arxius: paginació i arts finals

Tractament i modes de color

Hi ha diversos modes de color amb els quals podem treballar. Si la nostra publicació és digital i es visualitzarà solament en pantalles, podem utilitzar el mode RGB (*red, green, blue*), que a més genera arxius més lleugers. Per contra, si la publicació s'ha d'imprimir, el mode de color que haurem de triar serà CMYK (*cyan, magenta, yellow, black*), també comunament anomenat «color paper». Si el disseny s'ha d'imprimir, es recomana treballar des de l'inici en CMYK. Això evitarà sorpreses a última hora, ja que quan s'imprimeix un document en RGB, la impressora el converteix de manera automàtica a CMYK, la qual cosa produeix alteracions en els tons, sobretot en aquells més brillants, que s'apagaran sensiblement. Per tenir més control sobre alguns tons de color, ens pot ser d'utilitat tenir com a referència una carta de color Pantone. Les impremtes i copisteries petites no treballen amb tintes Pantone, però poden agafar els valors CMYK dels tons per ajustar-los a les seves màquines.

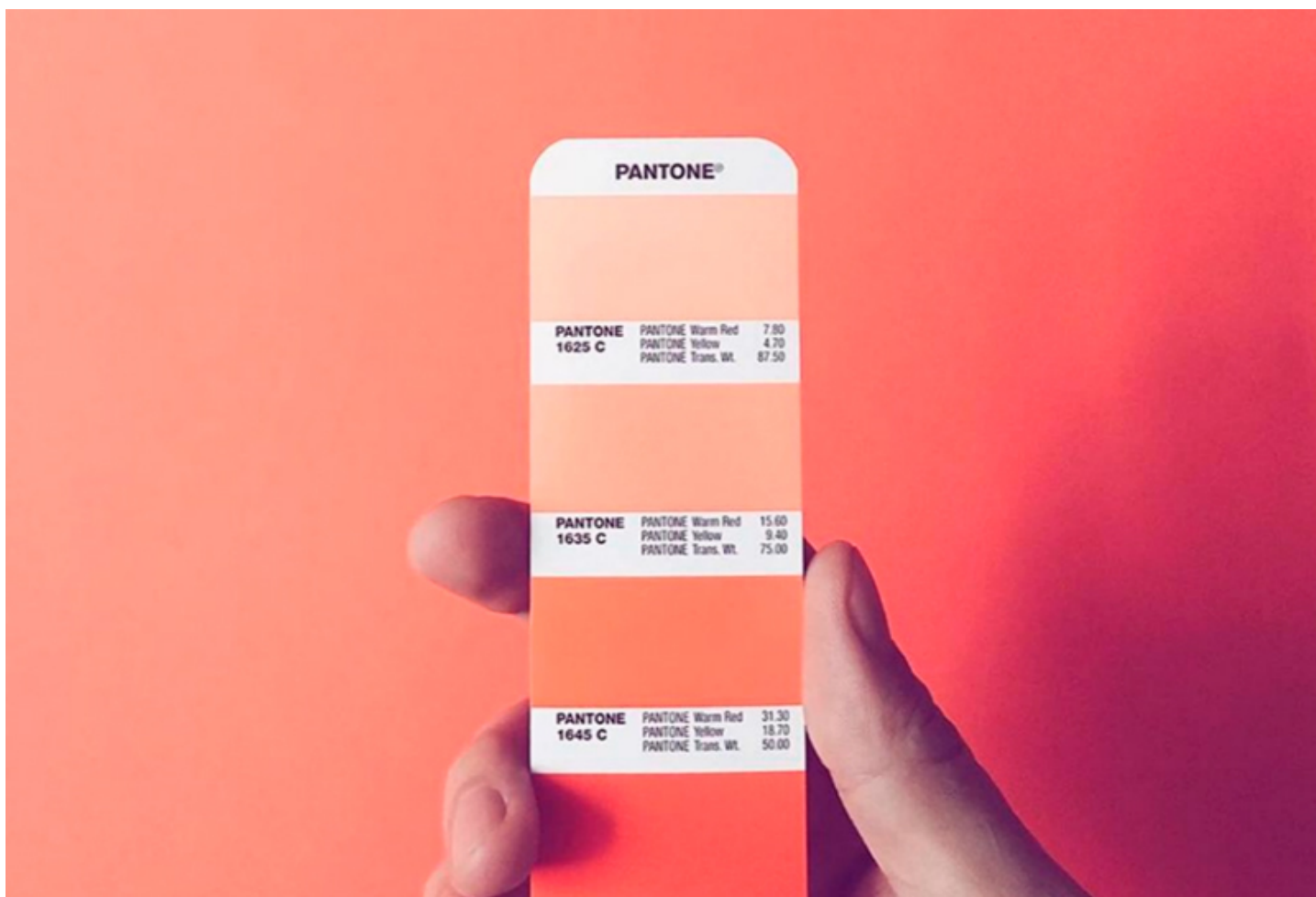


Figura 13. Carta de color Pantone, fotografiada per [@shadowindesign](#)
Font: <<https://graffica.info/pantone-basica-para-disenadores-noveles/>>.

Utilització de tipografies

Hi ha infinites normes, estils i opinions sobre l'ús de les tipografies. Aquí ens limitarem a comentar que generalment les tipografies són llegibles fins a un mínim aproximat de 5 o 6 punts, depenent de la màquina d'impressió emprada. Les tipografies es mesuren en punts i no en mil·límetres, un sistema que té l'origen en les lletres de tipus mòbil de la impremta antiga. Tant si volem fer una publicació que s'adeqüi a certes normes tipogràfiques com si les volem precisament transgredir deliberadament, recomanem la lectura de *Veintidós consejos sobre tipografía*, del dissenyador Enric Jardí (2007). Quant als tipus de lletra que podem instal·lar i utilitzar per al disseny, hi ha in comptables opcions. Aquí facilitem un enllaç a la col·lecció [Badass Libre Fonts by Womxn](#), tipografies dissenyades per dones, amb llicència de codi obert.

Proves intermèdies d'impressió

Dissenyar amb eines digitals, visualitzant els nostres documents en una pantalla, té molts avantatges. La capacitat de recórrer el document a través de *zoom in* i *zoom out* ens dona molt de control sobre el detall. Ara bé, de vegades podem perdre la referència real de la mida dels elements que hi anem incloent. Per això, és aconsellable fer petites proves durant el procés, encara que sigui en una impressora casolana. Així podrem localitzar possibles errors com, per exemple, textos que no es llegeixen o títols que queden massa grans, i corregir-los amb suficient marge de temps.

Composició i diagramació

De la mateixa manera que en altres suports visuals, en una publicació editorial la manera de compondre els elements en la pàgina ajudarà en la lectura del contingut. Quan parlem de disseny editorial, a més de les normes generals de composició d'imatge, cal tenir en compte la diagramació. La diagramació és l'organització dels continguts dins de la pàgina. Aquesta distribució dels elements està basada en una retícula, que és un conjunt de relacions basades en l'alineació, que actuen com a guies per a la distribució dels elements. Hi ha molts tipus diferents de retícula, així que podem utilitzar el que millor s'adapti a les nostres necessitats de composició o crear-ne un de nou personalitzat.

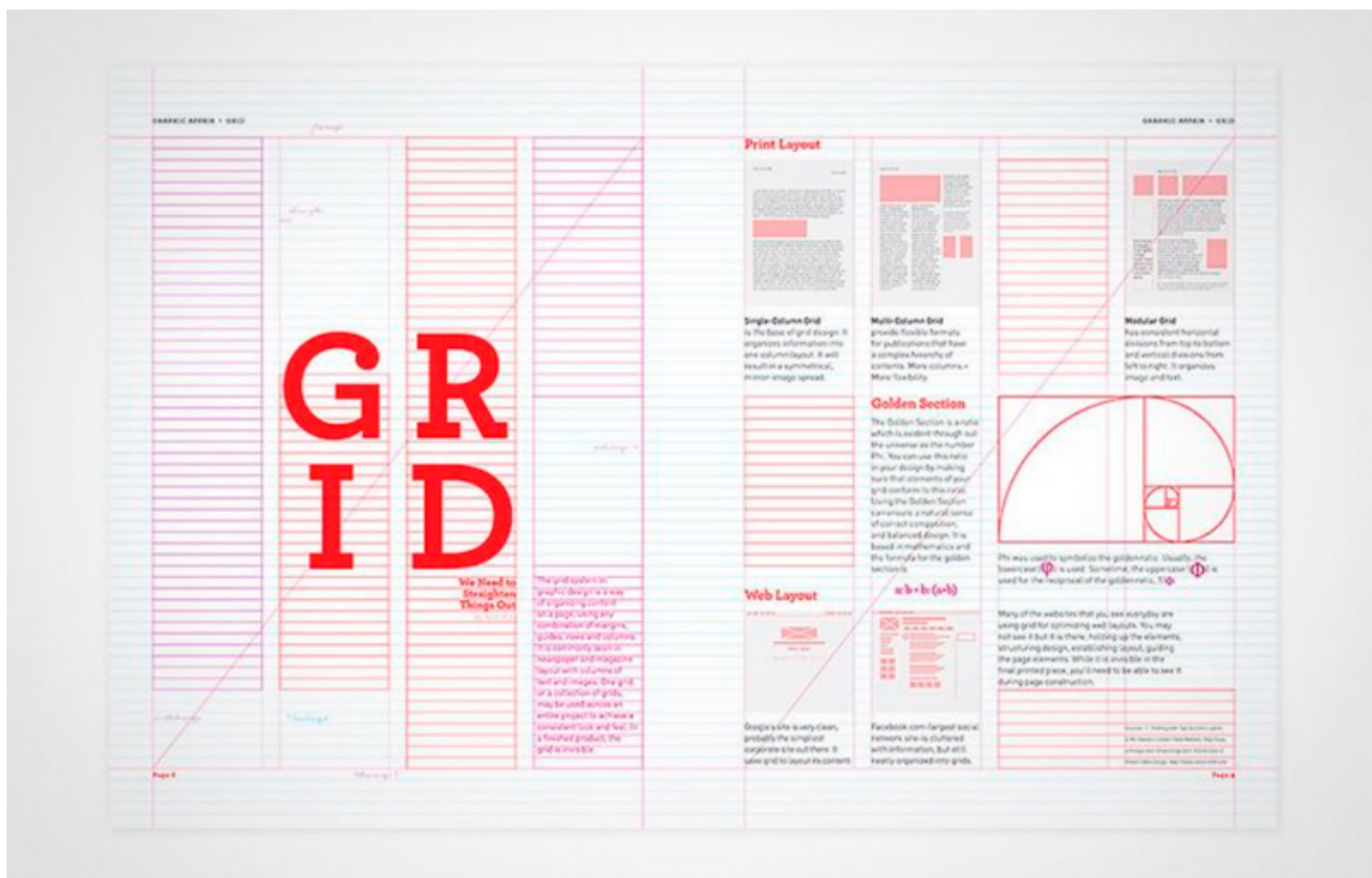


Figura 14. Exemple de diagramació adaptada a una retícula
Font: <<https://pbs.twimg.com/media/CxAI79bVEAAuXij.jpg>>.

Paginació

Si la nostra publicació estarà enquadernada amb grapa o cosida en plec, el nombre de pàgines que ha de tenir serà sempre múltiple de quatre. Si per contra triem un altre tipus d'enquadernació –com l'espiral, de passador, cargols d'enquadernació manual o similars–, no caldrà tenir això en compte.

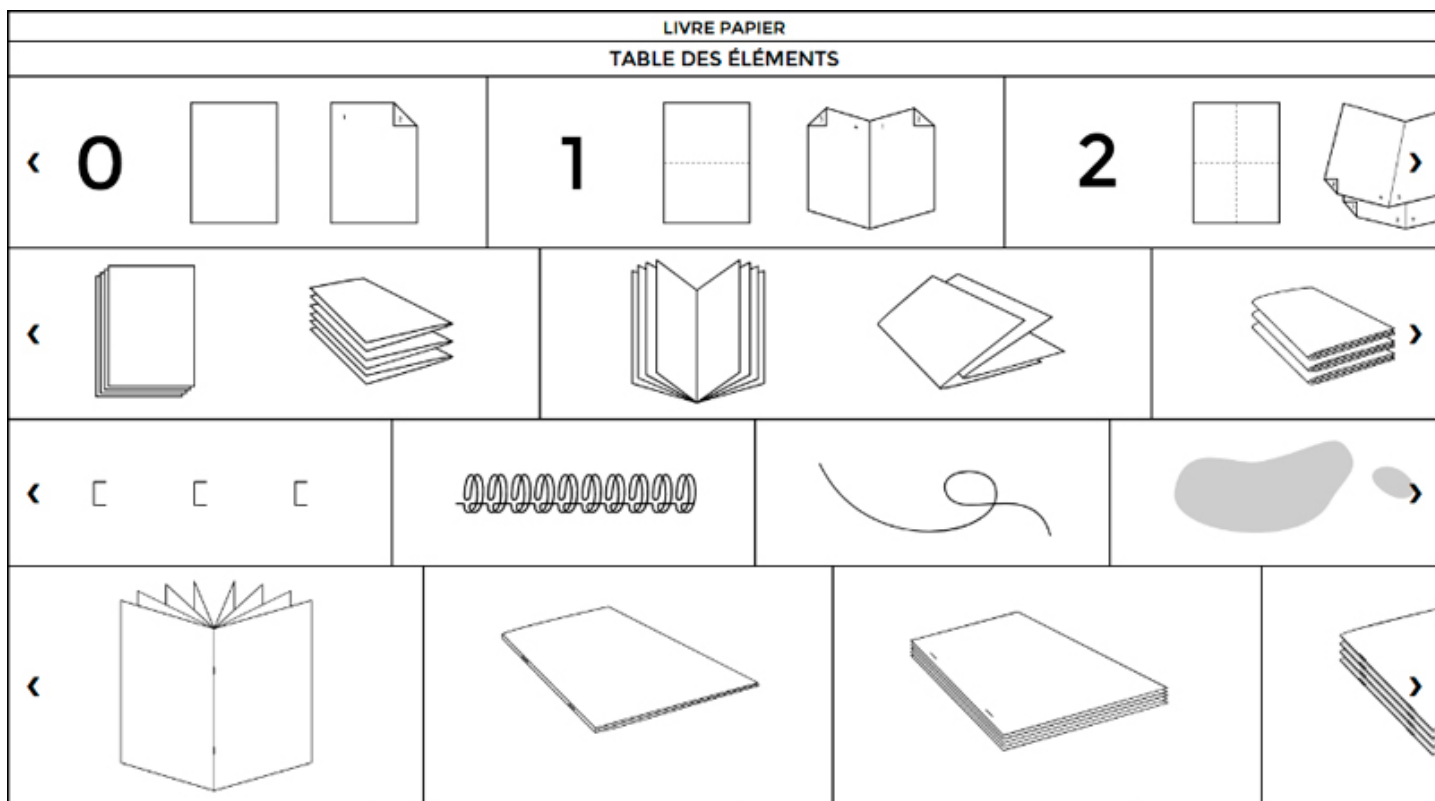


Figura 15. Imatge que il·lustra com hem de calcular el nombre de pàgines de la publicació segons l'enquadrernació triada
 Font: <<https://www.lorrainefurter.net/>>.

Arts finals

Les arts finals, com apuntàvem anteriorment, són una fase molt important en el procés de producció gràfica. Si ens interessa conèixer de forma panoràmica els diferents tractaments d'arxius tant en el mitjà imprès com en el digital, recomanem consultar el llibre de Caldwell i Zappaterra, *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales* (2014). Per aprofundir més en els aspectes tècnics de la gràfica impresa, recomanem *Bases del diseño. Impresión y acabados*, d'Ambrose i Harris (2015). Com més sapiguem d'aquests aspectes tècnics, millor podrem controlar els resultats de les nostres publicacions. A continuació donem alguns consells bàsics.

Les imatges han d'estar de manera ideal a 300 ppp o píxels per polzada. Si la nostra publicació ha de ser digital, n'hi haurà prou que les imatges siguin de 72 ppp, que és la resolució estàndard de pantalla. No obstant això, és sempre millor treballar d'entrada a 300 ppp i després reduir la qualitat de les imatges per a versions digitals del document.

Quan tinguem el disseny acabat, és aconsellable fer-ne una còpia amb els textos traçats. Per a això, seleccionarem tots els camps de text del document i els aplicarem l'opció «Convertir en contorns», que tradueix les lletres a formes de dibuix vectorial. Aquesta última versió serà la que portarem a la impremta o pujarem a la xarxa. Així ens assegurem que les tipografies que hem utilitzat es visualitzin correctament. Si no tracem les tipografies, sobretot en gràfica impresa pot ocórrer que la impremta no reconegui el tipus de lletra que hem utilitzat i la substitueixi automàticament per una altra, la qual cosa dona lloc a efectes inesperats.

Tant si portem a la impremta el nostre document com si l'imprimim a casa o el pugem a la xarxa, sempre és aconsellable tenir tots els elements utilitzats (imatges, enllaços i tipografies) per a la publicació junts en una mateixa carpeta. Als programes de disseny podem generar aquesta carpeta automàticament amb les opcions «Empaquetar» o «Reunir per a impressió».

Per a documents impresos, haurem d'incloure un sagnat de 3 mm aproximadament per cada costat, sobretot si els hem dissenyat amb imatges o elements que toquen les vores del paper. El sagnat és una àrea que desborda el marge del paper i que s'utilitza per corregir el marge de moviment en el tall que tenen les guillotines, per evitar que a les vores de les nostres pàgines apareguin filets blancs. També exportarem el nostre document amb marques de tall per tenir una referència de per on s'ha de tallar el paper perquè les pàgines quedin a la mida triada.

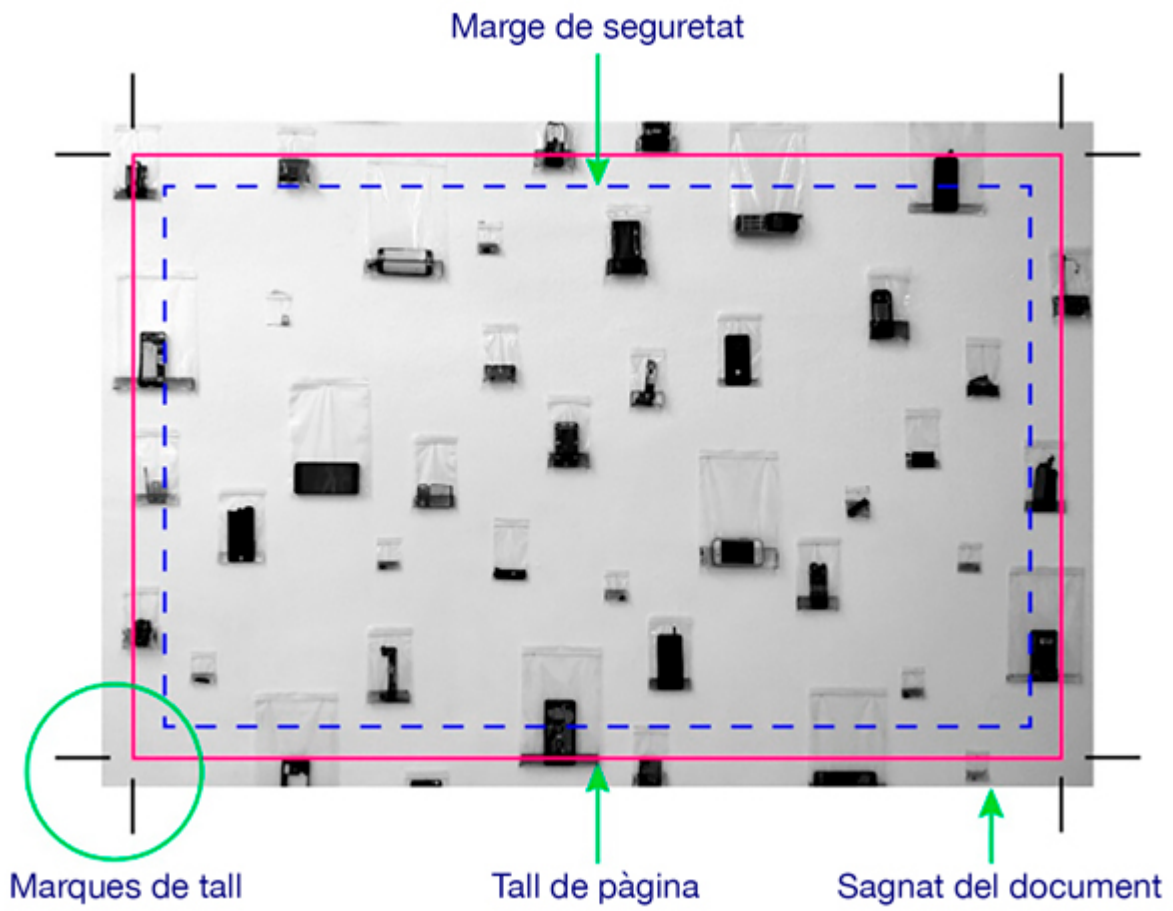


Figura 16. Esquema de marques de tall
Font: diagrama realitzat per l'autora.

3. Com elaborar una publicació

3.4. Programari i mitjans de reproducció

En aquest apartat veurem eines que utilitzem tant per a la reproducció com per a la producció. Es tracta una vegada més d'un petit apunt de mètodes i mitjans perquè, a partir d'aquí, puguem investigar i incidir en els que s'ajustin més a les nostres circumstàncies.

Programari

En un passat no tan llunyà, no gaire més de trenta anys enrere, els processos de disseny i fotocomposició es duïen a terme de manera física i analògica. Amb els mitjans digitals dels quals disposem actualment, tots aquests processos han estat optimitzats i sintetitzats en un compendi breu de programes que ens permeten treballar de manera més ràpida. No obstant això, pel plaer del coneixement, podem acompanyar el nostre treball de certs processos de disseny manuals. En l'àmbit de les arts gràfiques, així com en l'audiovisual, els programes que s'utilitzen de forma més estesa solen ser de programari privatiu, com el famós paquet d'Adobe. Aquí proposarem també algunes alternatives de programari lliure o de codi obert. A continuació, descriurem breument algunes de les eines de programari que comunament s'utilitzen en disseny:

Adobe Photoshop: és un programa adequat per a retocs fotogràfics i il·lustració digital. No és gens recomanable per al disseny ni la maquetació d'arxius, perquè es basa en el principi de mapa de bits, que pot afectar negativament l'ús de tipografies i vectors. Com a programa alternatiu en codi lliure tenim el GIMP, que comparteix les mateixes funcionalitats que el Photoshop.

Adobe Illustrator: sobretot recomanat per fer il·lustracions de tipus vectorial. També és adequat per dissenyar i maquetar publicacions de poques pàgines, gràcies a la seva versatilitat, l'alt control de detalls al qual podem arribar i les opcions tècniques per a control de perfils de color, tintes, exportació, etc. Un dels seus equivalents en codi obert és l'Inkscape.

Adobe Indesign: és el programa per excel·lència per a la maquetació de publicacions. És ideal per al tractament de textos, l'aplicació d'estils i pàgines mestres que agilitaran enormement el procés. És perfecte per maquetar tant publicacions de text com revistes i cossos editorials de gran extensió en pàgines. Com a alternativa en codi obert tenim l'Scribus, entre altres.

Mitjans de reproducció

Esmentarem breument alguns mètodes de reproducció impresa per tenir una visió panoràmica d'opcions disponibles, i poder triar aquella que més s'adeqüi al nostre tipus de publicació:

Xerografia: serien les fotocòpies de tota la vida, impressions molt econòmiques sobretot en la versió en blanc i negre. Generalment treballen amb formats de paper A4, A3 i A3+ i ofereixen un aspecte visual molt interessant.

Risografia: a cavall entre la serigrafia, la fotocòpia i l'òfset, aquesta tècnica dona la possibilitat d'utilitzar tintes de color directes i produir pocs exemplars a un cost reduït. Les màquines Riso treballen generalment amb una mida de full A3.

Impressió digital: cada vegada més estesa, permet la impressió a tot color de documents i ens dona la possibilitat de fer un tiratge de pocs exemplars a un preu relativament assequible. La mida del full varia segons la màquina.

Òfset: sol ser assequible a partir d'un mínim de 500 exemplars. Els resultats són òptims i podem treballar amb tintes especials, com fluor, blanc, metallitzats, etc.

Serigrafia: més recomanada per a publicacions d'una pàgina o pòsters.

Hi ha molts més tipus d'impressió, com impressió tipogràfica, tampografia o gran format, que anirem descobrint a mesura que realitzem més publicacions.



Figura 17. Serigrafia manual, demo d'Ale Alonso a Printworkers, Barcelona, per a l'esdeveniment de Domestika *Primera Impresión*, 2019

Font: <<https://www.printworkersbarcelona.com/eventoofflinedomestika/>>.

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

4.1. Introducció

Durant el recorregut d'aquest text hem anat coneixent què són les publicacions i com les podem fer. També hem vist quins usos possibles li podem donar a aquest format. Ara ja sabem que una publicació no és tan sol una revista o un llibre amb el seu número de sèrie a l'ús, sinó que les formes i potencialitats són infinites, i poden ser, com ja vam veure, un material perfecte de documentació que acompanyi una obra d'art, o directament una obra en si mateixa. Però les possibilitats de les publicacions poden anar encara més lluny.

En aquest quart i últim apartat, a mode de conclusió, relatarem de manera més detallada alguns exemples de publicacions que van més enllà del concepte general que es té del format. No solament descriurem les publicacions en si, sinó també les accions que les travessen, i així quedarà patent com una publicació pot fins i tot activar processos de treball i recerca veritablement transformadors.

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

4.2. Publicar, una declaració d'intencions

4.2.1. La publicació expandida

Les publicacions són un mitjà d'expressió, una eina per difondre idees i per construir i ampliar contextos. Sovint possibiliten activar situacions i generar cultura d'una manera transversal i porosa. En el cas de les autopublicacions, aquest fet s'amplifica encara més, ja que en ser un procés de creació principalment autònom, dirigit per nosaltres mateixes, les preses de decisions no intervingudes per interessos externs aliens a les nostres idees donen lloc inevitablement a una transformació i expansió més grans del que s'entén per publicació.

Abans de seguir, ens agradaria dedicar un moment a contextualitzar un aspecte clau per a la comprensió del fenomen: el concepte de publicació expandida. Trobem la qualitat d'expandit unida a una infinitat de manifestacions culturals. És un concepte en sintonia amb les necessitats de classificació i definició dels objectes de la cultura contemporània, ja que és cada vegada més freqüent que les definicions clàssiques siguin insuficients per descriure'n les noves complexitats. A hores d'ara, les obres en si han desbordat ja el propi format i el que se n'esperava. Quant a això, ens podem referir a l'expressió que la crítica nord-americana Rosalind Krauss va difondre en els anys vuitanta del segle passat quan, en parlar de noves manifestacions en les pràctiques artístiques, va dir de les instal·lacions en concret que es tractava d'«escultura del camp expandit» (2002). Aquesta idea del camp expandit, i del que està expandit en general, es comença a veure aviat en forma de literatura expandida, cinema expandit, educació expandida, etc. Quan parlem de publicacions expandides, doncs, parlem una vegada més d'aquest desbordament en positiu del propi format, aquesta evolució cap a un fet més complex i imbricat amb les característiques de l'experiència contemporània.

Quan entrem en el concepte d'edició expandida, ens trobem un conjunt de teories que tracten no tant de derives processuals com de característiques palpables dins del fenomen. Aquestes apareixen vinculades generalment a l'edició expandida pel que fa al seu propi format (vegeu-ne el vessant digital). En aquest sentit, es contempla també la proliferació de plataformes d'edició col·lectiva i en construcció permanent, com podria ser el cas de Viquipèdia, per exemple. Així doncs, algunes de les característiques pròpies de l'edició expandida serien la cogeneració de continguts, la multiautoria, la multiplicitat de veus que intervenen en la construcció, la revisió, el canvi, la millora i la remescla dels continguts, la naturalesa necessàriament inacabada de l'objecte editat, el procés interactiu i permanent de construcció i reconstrucció, la possibilitat d'inclusió d'estímuls múltiples (sonors, visuals, auditius, textuais) i la ubiqüitat tant en la generació com en l'accés als continguts (Gil i Rodríguez, 2011, pàg. 95).

En el nostre cas, tindrem en compte algunes d'aquestes característiques perquè, encara que el nostre interès està més enfocat en els aspectes processuals, qüestions com la multiautoria, la naturalesa inacabada en permanent construcció de l'objecte i la possibilitat de convivència de múltiples formats en són essencials per entendre els casos que descriurem a continuació.

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

4.2. Publicar, una declaració d'intencions

4.2.2. La publicació expandida en l'art

En el moment en el qual el format s'expandeix, també ho fan els engranatges, és a dir, cadascuna de les parts desplegadas. Així, l'experiència s'amplia, es connecten entre si diferents activacions i, al seu torn, també es produeixen derivacions que poden desembocar en nous projectes i col·laboracions. Ja no solament parlem de les publicacions en tant que obres d'art, sinó també de publicacions que formen part de processos de creació complexos i que acaben generant un engranatge de peces multiformat en la producció i la presentació. Ara veurem aquest fenomen amb casos concrets.

Un bon exemple d'aquest fenomen seria l'obra *Investigations* (*), de l'artista suís Christian Marclay. Es tracta d'una *performance* de tipus *site-specific* que l'artista ha organitzat en diferents ciutats del món, col·laborant en cada lloc amb pianistes locals que aporten el seu coneixement, la interpretació i la recerca particulars, la qual cosa dona lloc sempre a resultats diferents. L'execució d'aquesta peça està basada en una publicació *sui generis* en forma de partitures gràfiques variables que són executades en un concert amb diversos pianos tocats alhora.

En un primer moment, Marclay es va dedicar a buscar fotografies en les quals apareguessin mans tocant un piano. Algunes de les fotos que va trobar i va retallar mostraven dues mans dretes, o tres o quatre mans que indicaven que el piano el tocaven diverses persones alhora. Quan va tenir una selecció de cent fotografies, en va compondre una per cada pàgina individual, incloent-hi fragments de pentagrames en blanc a sota de cada foto. Aquest conjunt de cent fitxes o partitures, contingudes en una capsa, va ser lliurat a un primer grup de pianistes, els quals havien d'anotar la seva pròpia interpretació de cada imatge traduïda a la notació musical. La inclusió d'imatges en les quals sortien diverses persones tocant instava, al seu torn, al fet que en la posterior execució de la peça sonora els pianistes s'ajudessin entre ells a tocar aquesta part en concret. A més, també s'inclouen en la interpretació gestos com recolzar-se en el piano, tocar des de terra i altres gestos corporals que confereixen a la *performance* una relació corporal, a més de visual, amb el so. Abans de cada *performance*, les cent partitures prèviament anotades per cada músic es barregen, com si fos una baralla de cartes, i l'acció dura fins que tots els músics hagin acabat d'interpretar totes les pàgines.



Figura 18. Christian Marclay, *Investigations*, part de la publicació
Font: <<https://hcmf.co.uk/event/christian-marclay-investigations/>>.

Cada vegada que la *performance* té lloc, s'imprimeixen i intervien un conjunt de publicacions nou, que donen lloc per tant a variacions d'aquesta, que van expandint i diversificant un mateix contingut de base. Les diferents variacions d'aquesta publicació, amb l'empremta personal que cada pianista aporta a la interpretació musical de les fotografies, ens porten a pensar en el caràcter mutant i polièdric que poden tenir les publicacions. Com veiem, en aquest cas ja no ens trobem solament amb el fet que la publicació és l'obra en si mateixa, sinó que la publicació és l'element que inicia una obra mutant en la forma i en el temps. Així, la publicació és part essencial del procés de creació, i es pot veure de manera independent o es pot experimentar sensorialment a través de la música escrita que conté, que al seu torn és sempre diferent. Com podem veure, la qualitat d'«expandir» se'ns fa del tot necessària per descriure aquest tipus de projectes tan contemporanis.



Figura 19. Christian Marclay, *Investigations*

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

Un altre cas de publicació expandida podria ser la que va tenir lloc durant la fira d'art contemporani SWAB, que se celebra anualment a Barcelona. El 2019 es va dur a terme un cicle de *performance*, organitzat per la comissària Alexandra Laudo, que a la seva programació incloïa la peça *M'has parlat i t'he dit que et vaig dir que no et digui*, una col·laboració entre el col·lectiu de realitzadors, programadors i investigadors Estampa, i l'escriptora i artista visual Irene Solà. La peça parteix d'un intercanvi epistolar a través del correu electrònic que hi va haver entre l'escriptora i una xarxa neuronal de generació de text que havia estat prèviament entrenada per Estampa. La posada en escena del projecte, és a dir, la *performance*, consistia en una acció mediada per la intervenció de Solà, d'una banda, i els membres d'Estampa, d'una altra. Tots dos equips disposaven d'un clàssic projector d'opacs, en el qual alternativament i en paral·lel anaven mostrant al públic cada carta escrita i la corresponent resposta, la qual cosa generava un gir analògic, físic i presencial bastant peculiar que contrastava amb la via electrònica que havia mediat les comunicacions i amb el fet evident que una de les parts comunicants havia estat una màquina. Com a part del projecte, es va editar una publicació senzilla, a una tinta de color negre i enquadrada amb grapes de tipus omega, que contenia tota la correspondència mantinguda. En aquest cas, la fase prèvia de correspondència, la *performance* i la publicació són diferents parts d'un procés que per moments conflueix en un mateix lloc i per moments es desplega amb temps de lectura i emmagatzematge sensorial diferents. En última instància, la publicació és tan sols una de les parts del procés, però aquella que eventualment pot perdurar de manera més estable en el temps.

El tercer i últim cas que ens agradaria esmentar és una mica més panoràmic, ja que no es tracta d'un projecte concret sinó més aviat la feina continuada d'una persona. És el cas de la dissenyadora gràfica i investigadora suïssa Loraine Furter, que treballa a Brussel·les des de 2007. Furter té una estreta connexió amb el context de la publicació i l'edició expandida, tant directament a través del disseny de continguts editorials híbrids, que combinen la digitalització amb la gràfica impresa, com també teòricament, investigant-ne el context, els processos i les possibilitats.

Recomanem ferventment la lectura de l'assaig *Expanded Publication* (*) que aquesta dissenyadora i investigadora va realitzar a propòsit de la publicació expandida, que rendeix homenatge en part al ja desaparegut projecte editorial nord-americà *Dot Dot Dot* (2000-2010). El que resulta molt interessant de la lectura d'aquest text és que ens submergeix de manera activa en la no linealitat de la lectura, en la seva expansió i deriva. Una navegació molt contemporània, que ens obre al seu torn finestres a altres projectes i publicacions en sintonia, i ens fa pensar en com el propi procés d'elaboració d'una publicació pot crear situacions, accions i peces en el mitjà.

demande de consultation
“how can an artists’ book”
nom du lecteur

place n°
function as a concrete, visual
nom de l’auteur

titre
and intermedia text?”

pour les périodiques ajouter

année(s)

numéro(s)

attention : lire les informations au verso de la fiche

le document est sorti

Figura 20. Fotograma extret del vídeo editat per Loraine Furter i Signe Frederiksen per a Summer University Bibliothèque Kandinsky Centre Pompidou, París, 2018
Font: <<https://vimeo.com/lorainefurter>>.

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

4.2. Publicar, una declaració d'intencions

4.2.3. Impressió i pràctiques dissidents i pedagògiques

Quan parlem de format expandit, parlem de desplegaments de possibilitat. A través de la publicació com a mitjà, es poden donar una sèrie d'accions, interaccions i aprenentatges que van més enllà del propi objecte publicat. Una autopublicació pot ser l'excusa perfecta per començar processos de treball col·lectiu que generin continguts i idees diferents als quals generalment ens venen imposats des de la lògica capitalista del benefici econòmic. Pot ser el context ideal per començar processos d'aprenentatge, processos pedagògics en el sentit més ampli de la paraula, que busquen obrir camins per fomentar el pensament crític, la creació, l'activació política, etc.

Al primer apartat del nostre text esmentàvem l'existència, a partir de 1940, de l'Escola Freinet, on van ser freqüentment utilitzats els processos d'impressió i autoedició per dotar d'autonomia de pensament i aprenentatge els nens. Quan pensem en l'herència simbòlica actual d'aquest tipus de pràctiques pedagògiques experimentals, resulta rellevant esmentar el treball de Lluç Mayol. Mayol, que en un dels seus últims *statements* s'autodefinia com «investigarteducaeditactivista o alguna cosa semblant», és un agent cultural que té una llarga trajectòria en els àmbits de la recerca i de la pedagogia, que incideix en la importància dels processos col·lectius i comunitaris per a la transformació social. El seu vincle amb les autopublicacions és perllongat en el temps, des de la fundació de la ja esmentada Fanzinoteca ([an]arxiu de publicacions autoeditades) fins a les nombroses propostes d'elaboració de publicacions en projectes pedagògics transversals (L'Automàtica, Escola Meme, Catxirulo Lab). Un dels seus projectes és *La Prensa Menuda*, un laboratori d'impressió familiar transgeneracional en el qual es convida a experimentar amb tècniques com la premsa de gelatina i amb impressió tipogràfica de tipus mòbils, ambdues tècniques vinculades a les pràctiques Freinet. *La Prensa Menuda*, en tant que taller-laboratori, va ser duta a terme, entre altres llocs, dins del programa *Allez! Pràctiques ambulants i museus dispersos* que va tenir lloc el 2019 al MACBA de Barcelona. El que resulta interessant d'aquest projecte, i d'altres projectes coordinats per Mayol, és l'aposta per l'aprenentatge des del desig i no des de la imposició, i com aquest possibilita la creació de nous continguts.



Figura 21. *La prensa menuda* el 2017

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

En una línia de treball similar, actualment hi ha col·lectius que utilitzen els processos de publicació per activar dispositius d'aprenentatge i generar una certa sedimentació de coneixements. Aquest és el cas de Pedagogías Invisibles, projecte cofundat per la professora i investigadora María Acaso, que basa les seves maneres de fer en una metodologia pròpia, encunyada com *Art Thinking*. Des de Pedagogías Invisibles s'han dut a terme tallers en col·laboració amb col·lectius d'autoedició, utilitzant el fanzín com a eina

pedagògica, com va ser el cas de *Cómo crear con tus alumnos un fanzine colaborativo y organizar un festival en tu centro* (Madrid, 2017). També existeixen altres iniciatives de tipus local que estan igualment vinculades a les autopublicacions, com és el cas de la cooperativa de dissenyadores, lingüistes, periodistes, programadores i docents L'Apòstrof, les quals, dins de la realització anual de les seves Jornadas CruCruCru, han explorat en profunditat el format de la publicació, i han arribat per exemple a organitzar un debat col·lectiu per mitjà de la impressió en paper continu de fax de les preguntes i les respostes. La publicació resultant és una mena d'exposició no conclusiva de les temàtiques tractades. Les iniciatives locals són nombroses, i seria extens fer-ne una cartografia de totes. No obstant això, no volíem acabar aquest punt sense esmentar el programa Analfabeto que el 2015 va proposar l'artista Larraitz Torres en el context de Tabakalera (Sant Sebastià). Aquest programa partia d'una idea de publicació com a dispositiu per fer les coses públiques, per donar espai i veu als qui volguessin parlar, i es desplegava en diferents dispositius, com conferències, tallers, sessions musicals (Analphabet Orchestra) i, per descomptat, una publicació.

4. Difusió, performativitat i publicació expandida

4.3. Potencialitat transformadora de les publicacions

Els formats de publicació, i en concret aquelles publicacions que estan autoproduïdes, poden donar lloc a processos transformadors que desborden la pròpia pràctica artística i poden propiciar col·laboracions que vagin molt més enllà. Són un tipus de formats que sovint no tenen el reconeixement del qual gaudeixen altres objectes o iniciatives culturals. Podríem dir que en aparença són més modestos. Però, per contra, aquesta presència de vegades silenciosa però constant pot arribar molt més lluny i contribuir en part a transformar les històries del món. Les publicacions autoproduïdes poden contribuir a la construcció d'una cultura no hegemònica, a la preservació i el transvasament d'aquestes altres històries, d'aquestes altres vivències que ens travessen i que, creiem, haurien de ser preses en consideració.

La qüestió de la distribució de les autopublicacions és un tema extens, que pot ser interessant conèixer si es vol iniciar un projecte d'autoedició editorial de llarg recorregut, o que contempli l'edició i distribució de diferents publicacions en un període determinat. Pensant en un primer acostament a l'àmbit de la publicació editorial, ens hem volgut centrar en els aspectes de la distribució transversal de continguts, molt freqüent quan parlem dels processos activadors, i no tant de la posterior circulació, venda o intercanvi de l'objecte. En cas de voler iniciar un projecte d'autodistribució editorial, podem començar informant-nos en llibreries locals del nostre context proper, que distribueixin autopublicacions o edicions afins, i també acudint a fires i trobades d'autoedició i microedició. Així doncs, esperem que aquest material sigui d'ajuda per obrir alguns camps de possibilitat, perquè se segueixin utilitzant i reapropiant els formats de publicació en relació amb la pràctica artística.

Referències bibliogràfiques

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

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

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

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

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

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

Jardí, I. (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* (pàgs. 59-74; edició original 1979). Barcelona: Kairós.

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

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

Ramos, A. (2015). «Publicaciones bajo el radar» [en línia]. *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 línia]. *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 línia]. San Agustín Etla, Oaxaca: TePeE. <http://wiki.craterinvertido.org/index.php?title=Autopublicando_juntas @_Jogjakarta>

(*) Contingut disponible només en web.