

# CONSIDERACIONES SOBRE EL ESTILO Y EL MÉTODO DE EDICIONES ORIGINALES

Antonio Zúñiga Castellano  
Dpto. de Didáctica de la Educación Visual y Plástica  
Facultad de Educación. Universidad de Barcelona  
[antonio@edicionesoriginales.com](mailto:antonio@edicionesoriginales.com)

REFLECTIONS ON THE STYLE AND METHOD  
OF EDICIONES ORIGINALES

**ABSTRACT:** In this text we will present the context of creation and exegesis of Ediciones Originales. We take a recent exhibition of some of the editions published over the course of two decades by this imprint as the focal point for a reflection on the contradictory editorial shift that can be seen across the different editions from this multifaceted publishing house. We analyze the imprint's professional reference points – models of editing, distribution and production that are leading the company to reconsider its very structure and its future projects.

The extended notion of the literary work as an artistic work or multiple edition; the contribution of editing to the creation of subjectivities, emphasizing forms of consciousness, experience, and the subjective aspect of human relationships; published authors; and a special focus on the reconstitution of what were once marginal stories ... all of these form part of our drive toward the search for new editorial meaning for the future.

**KEYWORDS:** Artistic editing, editorial project, artistic output, creative references

**RESUMEN:** En este texto queremos presentar el contexto de creación y exégesis de Ediciones Originales. Una selección de las ediciones realizadas durante dos décadas por este sello editorial se expuso en Granada, en el Palacio de los Condes de Gabia, en el año 2014. Esta exposición es el punto de arranque de una reflexión sobre la contradictoria deriva editorial de las ediciones realizadas por esta empresa contemplada como un sujeto plural. Se analizan sus referentes profesionales, modelos de proceder en edición, distribución y producción, que le llevan a un replanteamiento de su estructura y sus proyectos. La idea ampliada de múltiple hacia el campo literario, la contribución desde la edición a la creación de subjetividades haciendo hincapié en las formas de conciencia, experiencia, y en el aspecto subjetivo de las relaciones humanas, los autores editados y una atención especial hacia la reconstitución de relatos marginales constituyen el motivo de búsqueda de sentido editorial futuro.

**PALABRAS CLAVE:** Edición artística, proyecto editorial, producción artística, referencias creativas



Para saber hay que tomar posición. Lo cual supone moverse y asumir constantemente la responsabilidad del tal movimiento. [...]

(Didi-Hubermann, 2008:11)

R. Chase fue un escritor inglés de novela negra americana. El título de una de sus novelas, *Con las mujeres nunca se sabe* (Chase, 1950), nos sirvió de expresión para nombrar la exposición «Con los múltiples nunca se sabe» de Ediciones Originales en el Palacio de los Condes de Gabia de Granada, en septiembre de 2014.

No es una casualidad o coincidencia que hayamos usado este modismo para nuestra exposición. Encontramos paralelismos entre la resonancia de la novela negra en el campo de la literatura, y las producciones bajo el nombre de múltiples, en el campo del arte. Sobre el género literario al que nos referimos pesa una etiqueta ambigua; por una parte, aparece como un producto secundario, un producto de literatura con claros estereotipos, estandarizada y orientada a lectores de literatura relativamente superficial y por otra, el cine le ha prestado tal popularidad desde su *star system* en grandes adaptaciones fílmicas, que ha adquirido brillo, peso y estatus de alta cultura. El múltiple, por su parte, cuenta en sus inicios con un perfil marginal, inclasificable y móvil. Se desplaza entre muchas disciplinas no exclusivas del mundo del arte; cercano estaba a un cierto mundo clandestino, al mundo del diseño, al de la moda, las revistas, los periódicos, la música... Ambos, novelas negras y múltiples, aparecen desde su creación y en sus respectivos campos, de forma lateral, imperceptiblemente, en segunda fila; llegando a establecerse con el tiempo, sin embargo, como una fisura de atractiva incomodidad que extiende sus métodos e intuiciones al resto de su sector.

29

### Modelo estándar de múltiple

Chase realiza un desplazamiento geográfico sin moverse de su asiento, desde su apartamento de Londres. Le basta con un diccionario de modismos americanos para componer sus novelas de corte negro, tanto su obra maestra *El secuestro de mis Chase*, como las que vinieron después, entre ellas *Con las mujeres nunca se sabe*.

Francisco Baena, para nuestra exposición en el Palacio de los Condes de Gabia, nos sugirió que buscásemos títulos de publicaciones con los que dar nombre a la exposición de Ediciones Originales. El de Chase nos pareció muy indicado por el paralelismo-reflejo-ambivalencia que se establecía entre la indefinición y perplejidad del «nunca se sabe» del título de la novela y la arriesgada polivalencia de las ediciones de múltiples. «Nunca se sabe», también, por lo impredecible en origen de ambos géneros, dentro sus respectivos campos de trabajo, literario y artístico.

La mujer en la obra algo misógina de Chase es difícil de definir éticamente. En *Con las mujeres nunca se sabe*, al principio, el protagonista, enamorado de la mujer que acude en su ayuda, se ofrece a su servicio; al final, este acaba matando al personaje femenino, porque se ha sentido gravemente utilizado por esta mujer perversa pero fascinante en su complejidad.

Esta dificultad en la definición se encuentra en la formación misma del concepto de múltiple y su recepción y producción en España. Queremos plantear aquí una duda formal; una duda de originalidad gestual, de amoldamiento a los estándares ofrecidos desde las metrópolis artísticas y financieras a sus países satélites y de-

pendientes de ellas intelectual y económicamente. No sabemos si, como Chase, recurrimos a un diccionario de producciones para tener modelos internacionales con los que pensar nuestras ediciones o si existe, para usar, una especie de diccionario de lengua nacional en el que encontrar las suficientes frases y expresiones que nos sirvan para generar un producto independiente de la metrópoli y con la suficiente entidad como para distinguirse genuinamente de las producciones internacionales; si es que ello fuera necesario. Sería cuestionable si existe una estética del múltiple; intuimos que la idea de múltiple es ya un género cerrado, de exégesis definida y enmarcada, a pesar de su posición inicial de *outsider*.

### **El grabado es al capitalismo lo que el múltiple a la economía neoliberal**

El mercado fomenta simultáneamente la literatura ligera, la edición de obra gráfica y la producción de complementos en las marcas de ropa lujosa; productos secundarios como ecos o restos de inaccesibles piezas. Entre el múltiple y su pariente lejano, el grabado calcográfico, hay una relación dispar y contemporánea. Ambos son productos inseparables de las necesidades del mercado en el momento de sus respectivas apariciones. Si el grabado calcográfico se dirige a los primeros coleccionistas capitalistas en la intención de ampliar el coleccionismo del arte, el múltiple aparece en un mundo convertido en un campo de consumo turístico que dirige sus productos a un público amplificado. Un público consumidor de cultura, de *souvenirs*. Philip Monk (2003) escribió para analizar la producción de múltiples de General Idea un texto titulado «Money Was the First Multiple». Pensar en una moneda como un objeto artístico, como un múltiple es un ejemplo extraordinario del juego de valores que se puede establecer entre al campo del arte y el mercado. Monk, al hablar de la producción de los múltiples del grupo australiano, se centra en su tienda-boutique de 1980 «Miss General Idea Pavillion», y en las franquicias que de ella llegaron a crear. La tienda estaba presidida por una escultura, un múltiple, que reproducía el símbolo del dólar (en venta). Esta instalación-tienda simbolizaba el apogeo del trabajo artístico aliado con el mercado.

Ahora, ya todo es espectáculo, toda la cultura ha entrado en la necesidad de espectacularización para existir; los medios tienen gran participación en esta superficial transformación. Karl Kraus aseguraba que la prensa transforma la cultura en mercancía. No querríamos nosotros formar parte del espectáculo; convertir nuestras ediciones en mercancía y menos aún en mercancía evanescente, fundible, entrando a formar parte de la industrialización del espíritu y convertir la obra editada en brillo sin contenido ofrecido desde la dispersión cultural (Kracauer, 2008).

La idea de la supuesta democratización del arte por medio de la asignación de precios asequibles a las ediciones para cualquier interesado en ellas es una distorsión demagógica. No se trata de abrir supermercados de arte. El arte es permeable en la medida en que hay una implicación, un público formado en un alto grado de sensibilidad, a lo que ni la publicidad ni la televisión ni el sistema educativo contribuyen. Porque crean unos dispositivos y modelos de subjetividad que se enfrentan, casi siempre, a los modelos más permeables, indefinibles y conflictivos ofrecidos desde el campo artístico. Este público educado en arte se ha de crear.

Nos ensordece la saturación de imágenes del entorno. Estamos en una nueva desalfabetización (Estrujenbank, 2003), en que el individuo está arropado por un *continuum* indiferenciado de información. Sordos y atrapados en un código de signos

que lima las diferencias entre productos y no permite el fuera de campo. Solo existe lo evidente. En este contexto es fácil confundir los atributos propios de los productos –mercancía, arte– sobre todo para los no iniciados. El precio no acerca la comprensión de la obra a quien no está dispuesto, por educación o talante, a sentir curiosidad por campos complejos de conocimiento, acotados y marcados solo para iniciados, coleccionistas, poderosos o nuevos ricos.

Si la obra de arte está bien delimitada –precio y unicidad– el múltiple, la obra de edición, tiene la complejidad añadida del bajo precio que lo aleja de la necesaria fantasmagoría fetichista con la que las subastas millonarias envuelven a los productos artísticos, acercándolos, aproximándolos a las marcas de lujo que necesitan de este plus económico, de esta fetichización económica que dificulte la evidencia de su taylorización.

## Los Reconocimientos

En Ediciones Originales planteamos la edición como un ensayo, con tensión y ambivalencia, coherente en las fisuras que presenta para evitar un *continuum* que llegue a limitarnos como editores, difícil de perfilar. Buscamos el acontecimiento que nos procure experiencia, una reflexión y un ajuste en la dirección del Gesto artístico que aúna ética y estética. El gesto de la edición de *Los caprichos de Goya*, denunciados a la inquisición por su claridad programática, tal como se puede comprobar en el anuncio aparecido en el Diario de Madrid del 6 de febrero de 1799 para publicitar la venta de los grabados:

Persuadido el autor de que la censura de los errores y vicios humanos (aunque parece peculiar de la eloquencia y la poesía) puede ser también objeto de la pintura: ha escogido como asuntos proporcionados para su obra, entre la multitud de extravagancias y desaciertos que son comunes en toda sociedad civil, y entre las preocupaciones y embustes vulgares, autorizados por la costumbre, la ignorancia o el interés, aquellos que ha creído más aptos a suministrar materia para el ridículo, y exercitar al mismo tiempo la fantasía del artífice.

El Gesto de Heartfield, cuyos fotomontajes publicados en AIZ, especialmente los que tratan la política interior alemana, a menudo contienen complejas alusiones que exigían un público cultural y políticamente instruido (Evans, 1991). El Gesto de Bertolt Brecht en la dialéctica de su libro autoeditado en 1955, *ABC de la guerra*. Dialéctica entre fotografías, pies de foto y poemas del propio autor dispuestos en las páginas como epigramas que recogen una ficción primera en su sentido primitivo, ético y funerario (Didi-Huberman, 2008:55). Estas imágenes sobre la Primera Guerra Mundial establecen agresivos paralelismos entre la guerra y la democracia.

Queremos, como editores, buscar el gesto frente al cliché y la frase hecha, al estereotipo de las ediciones de libros de artistas a base de fotocopias multiplicadas hasta el aburrimiento. Estos estereotipos se copian con más efectividad aún en los campos de la moda, en su cometido publicitario, por pura superficialidad llena de brillo que en los campos del arte; fenómeno que analiza Kracauer (2008). Una confrontación y entrecruzamiento de papeles antigua. Ya desde las primeras creaciones de fotomontaje, compuesto para atacar a una civilización que se consideraban responsable de la Primera Guerra Mundial, se banaliza el procedimiento y se difunde al utilizarse en el diseño gráfico para publicidad comercial y política (Evans, 1991:4).

Vemos, en relación a los libros de artista, que los catálogos de las empresas dedicadas a la moda como Women 'secret, Zara Home o Habitat usan una cierta retórica propia de estos libros, de forma que crean un espejismo tal en la producción artística que desactivan el valor producido en el campo del arte al dirigirse-proyectarse hacia el espectador, el cual retorna desde esa visión publicitaria al campo artístico con la vista reenfocada-desenfocada, desactivada, vaciado de contenido. Este vaciamiento ha sido provocado por la publicidad, desde la estética de sus publicaciones.

Nos reconocemos en el gesto de General idea, en su producción de los 70. También en el proyecto conjunto de edición gráfica, múltiples y libros monográficos que la editorial de Gustavo Gili desarrolló de 1965 a 1973. La colección se llamó Nueva Órbita, y se publicaba simultáneamente en castellano y en inglés. Ahora se nos aparece como un lejano precedente del proyecto editorial de Parkett al intercalar las ediciones múltiples con sus correspondientes textos de apoyo.

### **Nos sentimos afines al trabajo de Agustín Parejo School**

Lo que unificaba al amplísimo arco de actividad creativa que practicó Agustín Parejo School a lo largo del decenio de los 80, que llegó a abarcar piezas metálicas de fundición, obra cerámica, la presentación de una pieza de alta costura, camisas estampadas con poemas e incluso una «línea para el hogar» de ropa de cama, era precisamente el énfasis en una visión expandida del trabajo estético «fugada» con respecto a la territorialización convencional del arte. Pujals (2008).

Al trabajo de Estrujenbank (Cañas, 2008) que alude a la revista de General Idea, y que a su vez parodia la revista LIFE (Ruff, 2008). Nos queremos ver también en las ediciones y múltiples del Equipo Crónica y en empresas como Printed Matter.

La experiencia de la obra gráfica enmarcada en la estela de Ambroise Vollard se ha visto empobrecida por el carácter insistentemente mercantil de los productos editados, convirtiéndolos en mero espectáculo de feria de editores, el doble simplificado del trabajo del artista inserto en la complejidad del sentido social de su producción. «Lo fundamental ahora es escenificar la declinación real de las utopías, más allá de sus diferencias, para certificar que lo diáfano se convirtió en denso, lo habitacional en comercial y lo lúdico en productivo.» (Perán, 2.009:4)

### **Bibliografía**

- Brecht, B. (2005). *ABC de la guerra*. Madrid: Ediciones El Caracol.
- Casals, J. (2003). *Asociaciones vienesas*. Barcelona: Anagrama.
- Cañas, D. (2008). *Tot Estrujenbank*. Madrid: El Garaje Ediciones.
- Didi-Huberman, G. (2008). *Cuando las imágenes toman posición*. Madrid: Antonio Machado libros.
- Estrujenbank. (2003). *Los tigres se perfuman con dinamita*. Barcelona: Ediciones Originales.
- Evans, D. (1991). *AIZ John Heartfield. Arbeiter Illustriertr zeitung. Volks illustrierte 1930-38*. Catálogo. NY: Kent Gallery.
- Haldey Chase, J. (1985). *Con las mujeres nunca se sabe*. Barcelona: Bruguera.

Kracauer, S. (2008). *Los empleados*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Llorens, T. (1972). *Equipo Crónica. Colección nueva órbita*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Monk, P. (2003). «Money was the first multiple», en Cat. *General Idea editions, 1967-1995*. University of Toronto. Mississauga: Blackwood Gallery.

Perán, M. (2009). *After Architecture. Tipologías del después*. Barcelona: Centre d'Art Santa Mònica.

Pujals, E. (2008). «El arte de la fuga: modos de la producción artística colectiva en España 1980-2000» en *Desacuerdos 1*. Barcelona: MACBA.

Ruf, B. (2008). *File Megacine. Box set*. General Idea. Zurich: JRP. Ringier.