

***PROFESIONALES CREATIVOS Y LO IMAGINARIO DESDE UN
ENFOQUE ETNOGRÁFICO*** ^[1]

***CREATIVE PROFESSIONALS AND IMAGINARY FROM AN
ETHNOGRAPHICAL APPROACH***

Ángel Enrique Carretero Pasín

IES Rosalía de Castro - Universidad de Santiago de Compostela

Resumen

El presente artículo expone las conclusiones desprendidas de un trabajo de campo, basado sobre la metodología cualitativa de observación participante, llevada a cabo con el objetivo de estudiar, desde una perspectiva sociológica, la actividad de profesionales en donde la creatividad juega un papel esencial en su quehacer. A través de ello, sale a relucir la íntima relación existente entre la práctica creativa y el registro psico-antropológico que la literatura sociológica más reciente ha designado como el de “lo imaginario”. Asimismo, dicho trabajo ha servido de utilidad para mostrar los diferentes perfiles y caracterizaciones en donde “lo imaginario” se logra materializar en ciertas prácticas profesionales, convirtiéndose en su móvil fundamental.

Palabras clave

Imaginario, creatividad, trabajo, etnografía, cultura.

¹ El presente artículo es resultado de la investigación “Clases creativas en España: composición, formación y creatividad”, realizado entre 2010 y 2013, financiado por el Ministerio de Economía y Ciencia como Proyecto I+D+I (ref. CSO2010-17139), y que forma parte de un libro pendiente de publicación por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) titulado *Creatividad: Números e imaginarios* [José Angel Bergua (dir.), David Pac, Enrique Carretero y Juan Miguel Báez]. Agradecemos también el trabajo realizado por los otros componentes del grupo de trabajo: Juan Luis Pintos, Daniel Cabrera, Juan Miguel Báez, Cecilia Serrano, David Pac y José Angel Bergua (de los análisis de este último nos hemos servido para desarrollar la parte introductoria del trabajo). Hemos considerado pertinente -tras hablarlo con nuestro profesional- el uso de determinadas siglas cuando se esté aludiendo a referencias de personas, títulos de productos culturales o nombres de ciertas instituciones.

Abstract

This paper presents the findings shed from a field, based on the qualitative methodology of participant observation, conducted in order to study, from a sociological perspective, professional activity where creativity plays an essential role in task. Through this, comes out the intimate relationship between creative practice and psycho-anthropological record the most recent sociological literature has designated as “imaginary”. Such work has served useful to show the different profiles and characterizations where “imaginary” is achieved in certain internships materialize, becoming its fundamental motive.

Keywords

Imaginary, creativity, work, ethnography, culture.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos la creatividad se ha convertido en un importante territorio de reflexión, análisis y controversia. Se habla de ella desde un punto de vista económico (Hawkins, 2005), sociológico (Joas, 1996, 2012) o psicológico (De Bono, 2006), y ha entrado en los debates sobre las clases sociales, la ciudad, la industria y la educación entre otros asuntos. En cierto modo, este interés por la creatividad continúa y profundiza el que ya antes había habido en relación al conocimiento (Fumagalli, 2010: 88-89), consecuencia de un incremento de las inversiones en este apartado y del abaratamiento de los costes de codificación, transmisión y adquisición de información. Entonces la sociología comenzó a hablar de “sociedad del conocimiento” y utilizó las “redes” (Castells, 1996) y las metáforas líquidas (Bauman, 1997) para describir y analizar este nuevo tipo de sociedad. La ciencia económica, por su parte, de la mano de la corriente neoliberal, prefirió manejar la noción de “capital humano” (Becker, 1983). Con la creatividad hay un interés económico idéntico y una explosión de conceptos similar.

El parecido no termina ahí. La explotación económica del conocimiento exigió incluir la base social que lo producía, compuesta por las habilidades lingüísticas y comunicativas depositadas en la propia vida de las gentes (Fumagalli, 2010: 94-96 y 104) e imposibles de desencarnar de ella. Lo mismo ocurrió en el ámbito del consumo de la mano de la publicidad, caracterizada por intentar participar tanto en la opinión y comunicación públicas como en la propia presentación social del individuo. La apuesta por la creatividad que realiza el capitalismo contemporáneo, comparte ese mismo impulso pero lo lleva algo más lejos, pues no sólo requiere incorporar esa materia prima de lo social que es el estar-uno-con-otro, sino que necesita también de lo imaginario, un recurso tan íntimo y ontológico como aquél.

Ahora bien, ¿qué es la creatividad? Partimos de la suposición de que tiene que ver con la aparición de algo nuevo, por lo tanto imprevisto, impulsado por la actividad de cualquier clase de agente individual o colectivo. El punto de vista sociológico, además de prestar atención a los agentes intervinientes, subrayaría las condiciones y el contexto social del acto creativo. Pero, más allá de la sociología, se deduce de la definición el grave problema al que se enfrentan las ciencias, sean duras (naturales) o blandas (sociales), a la hora de investigar la creatividad. Tiene que ver con su carácter imprevisible e incluso inadmisibles para el sistema o contexto en el que aparece. El problema consiste en que si las ciencias hacen comprensibles los fenómenos proporcionando sentido, reduciendo la incertidumbre y facilitando la previsión, un acto de creatividad, por el hecho de traer consigo una novedad que antes era imprevista (e inadmisibles), pone precisamente en el foco de su reflexión aquello a lo que la ciencia no puede nunca llegar. La creatividad es pues lo imposible y la única manera de que cualquier tipo de conocimiento esté a la altura de esa imposibilidad es que se conforme con prestar atención a las condiciones y contexto en los que aparece.

La extrema debilidad de la sociología frente a un objeto de estudio, lo social, podría haberle permitido emular el paso que otras reflexiones científicas dieron en otros campos. En este sentido, las dos tradiciones dominantes en la reflexión sobre la acción social, la que enfatiza la acción normativamente orientada y la que subraya su carácter racional, son incapaces de dar cuenta de la creatividad (Joas, 1996: 4-5). En el ámbito de la producción cultural, la sociología tampoco ha sabido tratar la creatividad, pues

siempre ha preferido prestar atención a lo que la limita, encauza e institucionaliza (Noya, 2010).

El actual interés por la creatividad hace referencia a lo improbable y contingente, pero en lugar de despertar temor y exigir precaución es cada vez más anhelado. El problema es que la reflexión no sabe tratar con aquello que anda detrás de la creatividad. En las sociedades primitivas esta alteridad absoluta, ligada a la creatividad, tenía que ver con lo sagrado (Reis, 1988: 43-54). Como es sabido, en la modernidad se intentó acabar con ello y en las denominadas sociedades postseculares ha reaparecido (Berriáin y Sánchez de la Yncera, 2012: 31-92).. Y si lo sagrado es el origen y fundamento último de lo social, tal como sugería Durkheim (1982), esto quiere decir que la preocupación por el riesgo y la creatividad, es el modo como lo social reflexiona no sobre lo que la sociedad moderna apartó, sino sobre sí mismo.

2. OBSERVACIÓN PARTICIPANTE JUNTO A UN PROFESIONAL CREATIVO

“Creo que la mía es una profesión muy especial, me permite aplicar mi creatividad para hacer reales las ideas, a veces vagas, que trae el cliente a mi estudio; luego me siento con mi libreta, un lápiz y un ordenador y busco soluciones que permitan comunicar esa ilusión. Me considero un artesano que encuentra en su oficio una manera de encauzar su creatividad. ¿Mi filosofía? Cuando empecé creí que mis obras eran arte, ahora pienso que el gran diseñador es el que sabe adaptar el diseño a lo que pide el cliente. Y sigue haciendo arte.”

(Entrada de página Web)

Para llevar a cabo esta aproximación etnográfica al ámbito del trabajo creativo hemos realizado un estudio de campo durante dos meses y medio junto a un acreditado profesional de la creación afincado en Galicia. Dicho profesional, objeto de nuestra investigación, desarrolla su tarea en un abanico muy diverso de actividades, aunque en todas ellas y a modo de denominador común prime su vinculación al mundo de la creatividad. Destaca en él, por encima de cualquier otra faceta, la ligada al mundo del diseño gráfico, en donde explota su dote natural como dibujante, proyectándola sobre diferentes registros: logotipos, portadas de libros, cartelería o exposiciones. Asimismo, su labor se ha conseguido desplegar sobre otros campos limítrofes al del diseño gráfico,

fundamentalmente el del universo del *comic* y, a mayores, en la última parte de su periplo laboral se ha introducido en una vertiente creativa como editorialista.

Su trabajo lo lleva a cabo paralelamente tanto en un estudio ubicado en una plaza céntrica del casco histórico de Santiago de Compostela como en otro acondicionado en la vivienda en donde se aloja. Comparte su actividad empresarial, en condición de trabajador por cuenta propia, con su cónyuge y en calidad ambos de asociados, dedicándose él al ámbito específicamente creativo y ocupándose ella de los aspectos más relacionados con la gestión.

3. ESCENARIOS ESPACIO-TEMPORALES

Max Weber (2012) acuña la emblemática expresión «*desencantamiento del mundo*» para referirse a una unilateral racionalidad que habría logrado desterrar de las sociedades modernas instancias tales como lo mítico, lo sagrado o lo mágico, conduciendo a una creciente «*desmagización*» del mundo, es decir, a una realidad social carente de una dimensión mágico-fantástica imbricada en lo cotidiano. Esta racionalidad señalada habría propiciado el despliegue de una reductora lógica presidida por los criterios de cálculo y de utilidad que se extendería a la totalidad de relaciones que el ser humano establece con su mundo. Todo aquello que no está inscrito en dichos criterios es finalmente orillado, considerándose como algo carente de valor. Quedan así asentadas las bases de lo que conocerá como el “ideal utilitario-productivo” rector de las sociedades occidentales; ideal al servicio del mito emergente en la modernidad, a saber, el del progreso (Adorno y Horkheimer, 1994).

Aquello más característico de este tipo de racionalidad sería el establecimiento de un modelo de “equivalencia generalizada” que gobernará el conjunto de las relaciones del ser humano con las cosas y las de estas entre sí. Un modelo fundamentalmente abstracto, formal y cuantitativo que suplantarán a lo real; de manera que las cosas acabarán finalmente *des-singularizándose* en este proceso. Esta «*monovalencia racional*» (Maffesoli: 1993) habría proscrito “lo imaginario” de la vida social; aunque no solamente “lo imaginario” sino cualquier impronta cultural que exceda los parámetros de esta totalizadora racionalidad. Recordemos que, en contraste con lo anterior, en las sociedades premodernas “lo imaginario” y “lo real” se encontraban

entremezclados, actuando en una simbiosis conjunta y sin una nítida línea divisoria entre ambos (Bastide (1970), Huizinga (1982)).

No obstante, siguiendo la estela de Michel Maffesoli (2005), estaríamos actualmente asistiendo a la emergencia de un auténtico rebrote de aquellos elementos –en donde se incluiría ampliamente “lo imaginario”– excluidos por la racionalidad moderna; al modo de un retorno de lo reprimido, por utilizar un símil freudiano, por dicha racionalidad. Fruto de ello es el surgimiento de un nuevo *paradigma cultural* que es denominado por nuestro autor como «paradigma estético». La efervescencia actual de “lo imaginario” debiera ser interpretada, entonces, desde el reconocimiento de las insuficiencias y el rechazo de una cultura consagrada a una lógica racional, utilitaria y productiva. De manera que estaríamos asistiendo a un novedoso «*reencantamiento del mundo*», al verse reinstaurado aquello que fuera precisamente excluido por la cultura moderna. Dicha efervescencia de “lo imaginario”, colonizando éste diferentes órdenes de la vida social, estaría testimoniando, en suma, una demanda por re-introducir la imaginación en lo cotidiano con el ánimo de revivificarlo; y esto tiene que ver con un intento por ir más allá de la ya bien retratada *cosificación* auspiciada por el mundo moderno.

Esta suerte de resistencia ante la racionalidad moderna, operante a través de la apelación al recurso cultural de “lo imaginario”, actúa, nos dirá Maffesoli (1998), a través de un fenómeno antropológico de “desdoblamiento” de la realidad cotidiana. De esta forma, el “mundo imaginario” acabará adquiriendo una consistencia propia, logrando cristalizarse como una entidad paralela al “mundo real” (Morin, 1974). Mediante este “mundo imaginario”, los seres humanos pueden vivir otra realidad distinta a la ordinaria, del mismo modo que el espectador cinematográfico se sumerge en un mundo de ficción en donde vive una realidad también otra, en donde el ensueño y la fantasía ensanchan las limitaciones de su cotidianidad (Morin, 2001). A través de “lo imaginario”, la vida social se ve amplificada, al introducirse en ella el ensueño, la fantasía, la magia, la ficción, en lo más cotidiano. “Lo imaginario” se convierte, así, en un “recurso psico-antropológico” mediante el cual se insufla una dosis de creatividad en la vida cotidiana.

En relación con lo anterior, la experiencia en nuestra estancia como observador de la dinámica de trabajo de este profesional creativo nos ha revelado, primeramente, un drástico contraste en referencia al “ideal utilitario-productivo” gestado en la modernidad

y, en segundo lugar, el relucir del elemento cultural anteriormente mencionado que fuera orillado por éste. Y ello a través de la visualización de un doble registro espacio/temporal.

3.1. Espacios

El espacio de la atmósfera de trabajo se opone a lo que podríamos denominar un “ambiente de oficina”, en donde en este último caso primaría una actividad marcada por un sello de impersonalidad, eficiencia, racionalización y gestión productiva. De hecho la primera y más llamativa impresión que uno se encuentra al introducirse en el estudio es la de que sus integrantes pareciera que no estuvieran trabajando. Esta impresión no es subjetiva, puesto que el profesional creativo nos asegura que hay gente que visita su estudio y les dice que “no le parece que estemos trabajando”. El decorado contribuye, en buena medida, a generar esta atmósfera peculiar. Esto, por otra parte, está en concordancia con el testimonio de este profesional, quien, nos dice, necesita determinados lugares para trabajar y tener sintonía con ellos, no pudiendo hacerlo en cualquier localización dado que no le acompañaría la inspiración requerida. Por tanto, no es, en absoluto, un decorado aséptico e impersonal. Por el contrario dispone para crear un ambiente personalizado. Así podemos encontrar un conjunto de estanterías en donde se agolpan distintos libros relacionados en su mayoría con el mundo del diseño gráfico y el comic, pero también de incursiones en el arte contemporáneo. En todos ellos el diseño de las encuadernaciones resulta especialmente relevante por su impronta estética, creando así un “ambiente estetizado” y dejando relucir que la dedicación a su trabajo impregna la atmósfera del estudio en su totalidad. La lucidez de la decoración, que insistimos contrasta con la asepsia dominante en la gran parte de los escenarios laborales, alimenta un embellecimiento del espacio favorecedor de la constitución de un microclima de un encantamiento, nunca recargado, generador de una burbuja de distancia y aislamiento con respecto al torbellino del ruido y de las prisas procedentes del ajetreto mundo exterior. En este contexto espacial, prima objetivamente el orden, aún cuando este orden nunca produzca la sensación de que pueda llegar a adueñarse del ambiente y así propiciar una rigidez en donde los que allí cohabitan pudieran verse sujetos o asfixiados en exceso.

Algunos de los carteles de diseño gráfico que pueblan el decorado son obra personal o resultado de una participación conjunta de este profesional creativo. En todos ellos destaca un manifiesto componente de creatividad, si por este entendemos una expresión de la realidad de una manera, diríamos, *oblicua*; no tanto, pues, como un mero cometido de fiel reproducción de ésta sino, más bien, como una reproducción a través y mediante un rodeo por el filtro de la imaginación. En esta expresión *oblicua*, se refleja, en efecto, la realidad, pero por medio de una mirada alternativa a la habitualmente institucionalizada en la vida cotidiana. En suma, siempre lo real aparece, de alguna manera, “desdoblado” o “transfigurado”. De ahí que, en sintonía con lo anterior, en algunos de estos carteles cobre relieve un elemento de guasa o de ridiculización, así como el aspecto de caricaturización que define la idiosincrasia del cómic. Así, ante la pregunta irónica de este investigador sobre si él podría llegar a ser motivo de caricatura, la respuesta que encuentra es que primero debe ver los trazos de su comportamiento para luego decidir si podría ser objeto de ello. Una vez más, y en este caso focalizándose ahora la atención sobre el propio investigador, la realidad se “desdobla” o pudiera “desdoblarse”.

Al respecto del cómic, un elemento omnipresente en el decorado es el de XX, un personaje central de una revista de cómic de la que el profesional creativo ha sido director en el pasado. Hay instantáneas, portadas de revistas e incluso un muñeco de este personaje colgado en la parte superior del estudio. XX es la figura más personal de este profesional y de la que él exhibe mayor orgullo, por ser aquella que representa el proyecto personal y profesional de más hondo alcance en donde se ha visto involucrado a lo largo de su ya dilatada carrera en el mundo de la cultura. Aquello, quizá, con más huella propia, y por ende constituido como mayor impronta personal en su identidad profesional. De ahí que XX esté incidiendo en la existencia de un espacio “vivenciado” y “personalizado”, a diferencia del monocolor espacio en donde se entretajan las relaciones cotidianas que, a raíz de la modernidad, rigen el ámbito laboral.

Otro aspecto digno de mención que adquiere interés en la línea que hemos avanzado es el de la ubicación geoestratégica del estudio. Situado en la zona monumental del casco antiguo, en el centro neurálgico de la ciudad, es un edificio histórico que guarda una perfecta sintonía con la parte más idiosincrática de la ciudad y también la más habitable: lugar peatonal y al margen del ritmo por veces acelerado que gobierna la ciudad, de la

circulación de vehículos para el transporte de personas y mercancías, etc. Resulta revelador de esta relevancia de la ubicación del estudio cómo en una de nuestras sesiones unos trabajadores de la Televisión de Galicia (TVG) colocaron una cámara fija toda la mañana en uno de sus balcones con la intención de filmar en vivo la espontaneidad de las calles de la ciudad, eligiendo éste como un caleidoscopio privilegiado para ello. Todo esto contribuye a la construcción del “aire de estudio” que no de oficina antes mencionado, lo que provoca una prevalencia de “lo ambiental”, un efecto de “crear atmósfera”, opuesto a los escenarios laborales característicos de otras zonas de la ciudad de más reciente creación, marcados éstos por una lógica más manifiestamente instrumental.

Se aprecia, asimismo, –lo que en un primer momento resulta un tanto chocante– algo muy poco extendido ya en el mundo laboral actual: en el estudio se trabaja con la radio encendida. Algo que, en principio, no parece interferir en la dinámica del trabajo y que, sin embargo, instaura un clima de tranquilidad, además de, una vez más, “generar atmósfera”. Eso sí, no se escuchan programas en donde se genera crispación política, deportiva, etc., sino más bien de índole social y cultural, en donde priman sobre todo temas de carácter cotidiano, temas que afectan a la gente de manera muy cercana. Incluso, como nos tiene confesado nuestro profesional, habría servido en algunos casos de fuente de inspiración en su actividad creativa. De hecho él es asiduo de la escucha de un programa cuyo comienzo es a partir de las 12:30 horas, y lo hace compaginándolo perfectamente con su trabajo. Puede trabajar incluso con alguna programación televisiva de fondo encendida, lo que, en ciertos casos, –nos indica– favorece su actividad creativa. Tampoco ello es habitual en el mundo laboral actual.

Un último elemento a tener en cuenta es el propio atuendo del profesional, casi diríamos en sintonía con el espacio que habita laboralmente. Atuendo extremadamente informal, casi bohemio, con una indumentaria juvenil, poco seria; lo que, una vez más, contrasta drásticamente con la des-singularización en el vestuario característica de los trabajadores de una empresa actual, *uniformizados* estos no tanto por la coloración de sus batas de trabajo –como era lo propio en el trabajo industrial–, sino, más bien, por una indumentaria prototípica de trabajadores del sector servicios en donde la apariencia juega un papel decisivo en la imagen que pretende transmitir la empresa. En contraposición a lo anterior, el vestuario de nuestro profesional apuesta por la expresión

de la singularidad y de la distinción: pantalones vaqueros, camisas sencillas aunque elegantes, cazadoras de cuero y zapatos en donde prima la comodidad, es decir de de goma y suelo bajo.

3.2. Tiempos

Algo similar al espacio ocurre con el tiempo en donde habita nuestro profesional creativo. La “atmósfera temporal” que se percibe en el estudio contrasta diametralmente también con el régimen de temporalidad instaurado por la modernidad, y especialmente por su corolario económico: el capitalismo. Éste implantó una lógica productivista que exigía una racionalización del tiempo y, en consecuencia, un disciplinamiento de los trabajadores a esta temporalidad. Llama entonces la atención la manifiesta carencia de sujeción a una reglamentación bajo dictados externos del tiempo de trabajo. Este profesional es, pues, un tanto caótico en su trabajo, con grandes dificultades para ajustarse a una disciplina temporal impuesta desde fuera. Es su cónyuge, y al mismo tiempo colaboradora en la empresa, quien en ocasiones le obliga a autoimponerse una disciplina. Él nos dice “que si fuese un minero no le quedaría otro remedio que aceptarla, pero que su trabajo es distinto”. De hecho, paralelamente a lo anterior, puede pasarse tiempo sin realizar aparente actividad laboral alguna, aunque reitere que siempre está trabajando mentalmente, “dándole vueltas a las cosas”. Asimismo puede pasarse bastante tiempo trabajando sin interrupción, sin percatarse del transcurrir de éste; y solamente las necesidades alimenticias o el cuidado requerido por los hijos pondrían freno a su actividad. En su estudio trabaja aproximadamente de 9:30 a 13:30, pero luego continúa habitualmente en el estudio de su casa familiar por las tardes, a veces sin horario fijo e incluyendo también los fines de semana.

Tal como nuestro profesional nos repite, y así se muestra en la dinámica cotidiana, no cabe la “desconexión” en su trabajo. De hecho le resulta difícil de entender la misma idea de “desconexión”. Siempre, se nos dice, está ya pensando en el siguiente trabajo que tiene entre manos. Vive, pues, a diferencia de la actitud promovida por la racionalidad laboral moderna, *en el trabajo y no para el trabajo*. De lo que se deriva que, asimismo, no tiene cabida el ocio, tal como éste se ha entendido como consecuencia de una civilización, como la nuestra, esencialmente laboral, o sea como estrategia de recuperación y compensación psicofísica de la fuerza de trabajo. Es

revelador, pues, que de hecho no haya una marcada línea divisoria entre trabajo y ocio en su vida. Su cónyuge, por otra parte, se dedica a lo mismo, lo que acentúa todavía más este aspecto.

El ritmo de trabajo parece haber decrecido considerablemente como consecuencia de una crisis económica que ha afectado mucho al sector editorial y, en general, al de las artes gráficas. No obstante, este ritmo es, en general, pausado, sin procurar demasiados agobios. No hay un estrés derivado de una apremiante urgencia de sujetarse a ritmos productivos; lo que genera la sensación de que nuestro profesional se siente y es dueño de su tiempo. Los días en los que observamos mayor trajín son aquellos en donde predomina el trato con clientes, personal de imprenta, traductores de textos o personal de editoriales. Por lo demás, la actividad desempeñada se ve constantemente interrumpida, aunque no aparentemente afectada, por llamadas telefónicas al móvil o envío/recepción de correos electrónicos.

A media mañana, alrededor de las 12:00 horas, se hace un paréntesis de treinta minutos, convertido ya en hábito rutinario, para saborear un café junto con su colaboradora en una cafetería cercana, aunque tampoco aquí hallemos un ajuste excesivamente rígido al tiempo. La cafetería elegida –siempre la misma– es marcadamente popular, bastante concurrida a esas horas; anteriormente frecuentaban otra de características similares pero se encuentra cerrada transitoriamente. En cualquier caso, los perfiles de ambas son análogos: populares, con trajín, priman temas banales y el clima es distendido, llegando incluso a entablarse relación con los camareros del local en un tono de cordialidad y desenfado. No prima, pues, la distancia, sino, por el contrario, la inmersión en el ambiente. Luego retornan al estudio.

A comienzos de la semana suele haber una breve reunión informal a primera hora de la mañana con su socia y cónyuge –al trabajar cónyuges es una familia proyectada en el trabajo y no una familia sujeta a éste–. De ahí que resalte la camaradería, la informalidad, la falta de negociación o la inexistencia de intereses en oposición. En esta reunión se planifican las tareas a cubrir en los próximos días, para ver cómo se podrían ajustar a las demandas. Luego cada uno se dirige hacia el interior de un pequeño despacho, aislándose el uno del otro para evitar interferencias en su trabajo.

4. SOCIALIZACIONES

4.1. Trayectoria personal y profesional

Hemos considerado pertinente dedicar un subapartado de este trabajo a la formación del profesional creativo debido a la peculiar trayectoria que éste ha seguido. Esta trayectoria resulta aleccionadora a la hora de entender el tipo y modo de actividad que lleva a cabo. Llama primeramente la atención la carencia de una formación reglada característica del sector laboral en donde se encuentra inmerso. Su formación es, pues, esencialmente autodidacta, lo que es indicativo de que profesionalmente se ha “hecho a sí mismo”. No ha seguido, por tanto, los cauces y pasos académicos e institucionales establecidos al uso para llegar a desempeñar una actividad laboral. Esto es revelador de que su posición en el entramado de su campo profesional implica, por una parte, una ubicación un tanto fronteriza con respecto a las pautas canónicas de desempeño profesional, pero también, por otra parte, la posibilidad de un mayor grado de libertad y originalidad.

Resulta significativo que, pese a la inexistencia de una formación reglada al uso, desde muy joven –incluso desde la infancia, puesto que en el colegio ya participaba en actividades de dibujo vinculadas a una revista escolar– tuviese perfectamente claro sus intereses profesionales. Tanto es así que nos recuerda, a título anecdótico, que su primera borrachera juvenil tuvo lugar en un taller de dibujo con 14 años, en un local curiosamente ubicado frente al estudio en donde actualmente trabaja. A esto habría que añadir que la carencia de formación reglada no obedece tanto a una indefinición profesional de futuro en su juventud como a la inexistencia de unos estudios de estas características en su Comunidad Autónoma y a las dificultades de diversa índole que conllevaría desplazarse a otras localidades del territorio español. No obstante, ya trabajaba a la edad de veinte años, mientras la mayor parte de las amistades de su entorno cursaban una licenciatura universitaria. No prolongó, pues, su entrada en el mundo laboral, por lo que a la edad anteriormente mencionada ya podía vivir independizado del núcleo familiar en un estudio particular que él mismo costeaba. Este elemento de independencia del núcleo familiar a edades inusuales en su generación también revela, por otra parte, un mayor grado de libertad en la toma de opciones y una entereza en la disposición de no depender pronto de una subordinación económica de su familia; en definitiva, entraña “hacerse mayor” antes que los de tu edad.

Cursa la Licenciatura de Filosofía, fundamentalmente debido a la presión familiar que le instaba a poseer una titulación universitaria, aunque, como él reitera, con poca brillantez en sus estudios. Rechazando la impresión de que el contenido de los universitarios realizados pueda parecer bastante alejado de su actividad, insiste en que, paradójicamente, guarda un vínculo próximo con su trabajo y que, asimismo, le habría reportado una formación de interés para éste.

Un elemento muy presente en su trayectoria personal es la existencia de fuertes inquietudes culturales y artísticas en sentido amplio, proyectadas en un abanico muy diverso de manifestaciones (cine, teatro, literatura, bellas artes, comic..) y siempre ligadas a esferas en donde se manifiesta la creatividad. Todo ello acompañado, asimismo, de un inmejorable criterio en la valoración de estos ámbitos artístico-culturales. A su juicio, dichas inquietudes también, como en el caso de sus estudios universitarios, le habrían sido de utilidad en su trabajo.

Sus comienzos laborales fueron en el ámbito del diseño gráfico, abriéndose luego paso con el tiempo en el campo del cómic y finalmente en un mundo editorial más amplio. Esta secuenciación no ha sido premeditada, sino resultado del azar, del hecho de que una cosa lleva a la otra. No se fijó, pues, un objetivo y diseño, en consecuencia, luego los medios estratégicos para alcanzarlo, sino que, por el contrario, el itinerario tiene un componente más de aventura que de planificación, así como más de sinuosidad que de linealidad. El inicio poco ha podido predecir el fin, porque el trayecto ha estado marcado por un dejarse envolver por una sucesión de inesperados proyectos, unos tras otros. No obstante, nos dice, sus comienzos fueron curiosamente fáciles, haciéndose profesional, como antes decíamos, “casi sin quererlo”, iniciándose en el mundo del diseño gráfico con un diseñador de la localidad –solamente había dos y ambos poseían estudios reglados en Barcelona de artes gráficas–. Pertenece, según él, a la segunda generación de diseñadores gráficos gallegos.

Otro aspecto que merece la pena ser destacado es que este profesional nunca ha estado sometido a una condición de asalariado bajo una relación contractual acorde a ello. Esto, por otra parte, es algo especialmente habitual en este sector laboral. A lo largo de su sinuoso recorrido profesional siempre ha desempeñado una condición de *freelance*,

es decir de trabajador por cuenta propia, autónomo, independiente y que colabora sin estar en plantilla con distintas empresas e instituciones bajo un encargo demandado por éstas. Esta condición laboral, que no permite al trabajador instalarse en la comodidad que representa la seguridad de un salario fijo y que le obliga así a convivir con la incertidumbre, como contrapartida fortalece en éste una mayor libertad de acción en el trabajo, evitando una percepción del trabajo como sacrificio de otras opciones vitales. La falta de sujeción a un salario insta a ganarse en el día a día los recursos para la subsistencia, lo que alimenta una mayor calidad en el trabajo para responder a la demanda de la clientela. De hecho nuestro profesional ensalza y hace constantes reivindicaciones de esta modalidad laboral, afirmando que el trabajo creativo no es un trabajo al uso y que, por tanto, la seguridad laboral aquí no es buena compañera, dado que siempre se está al servicio de las demandas del cliente, situándose en una posición de un siempre frágil equilibrio –a veces incluso de acrobacia– entre la creatividad personal y la demanda del mercado. En una línea similar, su actividad como editorialista a pequeña escala responde a un análogo patrón: la impredecibilidad, dado que no es habitual llevar a cabo estudios de mercado en el sector teniendo en cuenta la reducida extensión de las tiradas; lo que contribuye a instalarse en una situación de constante inseguridad y estar ya familiarizado con ella. Esto se anuda directamente con su toma de posición “ideológica” en el plano artístico: su autodefinición como “liberal”. Con esta calificación intenta expresar no otra cosa que el hecho de que la cultura y el arte cuando son subvencionados consiguen bajar la calidad del producto, abortando –nuevamente la misma cuestión antes ya mencionada y que tanto parece preocuparle– la originalidad y talento del creador. Utiliza como ilustración de ello el ejemplo de YY, una empresa de cómic para niños surgida en Pontevedra sin apoyo institucional y que ha alcanzado, sin embargo, cuotas de mercado muy significativas en buena parte de Latinoamérica.

Para nuestro creativo, por encima del amor a cualquier otra dimensión creativa está el inspirado por el cómic. Éste juega un papel decisivo en su itinerario vital y profesional. Ha sido socializado en éste y, en contra de lo que es habitual llegada una edad en donde suele dar paso a géneros catalogados clásicamente como más literarios, no ha dejado de desvincularse tampoco de éste. En este sentido, su apuesta profesional de mayor envergadura ha sido la dirección de la revista de cómic XX, en donde se narran las peripecias más cotidianas de un personaje con tono travieso y adolescente que busca estrategias para relacionarse con el complejo mundo que lo rodea. La revista dio trabajo

en su momento a veintisiete colaboradores, y ha sido la iniciativa históricamente más significativa en el mundo del cómic de Galicia. Por otra parte, fruto de su afinidad a este mundo, admira y mantiene una estrecha relación de colaboración con ZZ, multipremiado creador de comic afincado en La Coruña y traducido nada más y nada menos que a 15 idiomas. En el curso de nuestro trabajo hemos asistido, precisamente, a la concesión a nuestro profesional del Premio a nivel estatal más renombrado como editor de un libro de cómic realizado durante cuatro años precisamente por ZZ.

4.2. Relaciones personales y profesionales

Las relaciones personales y profesionales han jugado un papel destacado en la trayectoria del creativo que nos ocupa, pues siempre han estado teñidas por la creatividad. Desde joven su círculo de amistades estuvo vinculado al mundo del cómic, del teatro, del diseño gráfico y, en general, de la creación artística. Como testimonio de ello su estudio se encuentra poblado de libros, carteles o figuras escultóricas llevadas a cabo por personas de su entorno ligadas al mundo de la creación. Con AA (destacado guionista de teatro del panorama gallego más contemporáneo) y su grupo teatral solía mantener habituales reuniones debido a encargos que le hacían, comían juntos en un bar tradicional de comidas del casco histórico de la ciudad, a pocos metros de donde tiene su estudio. Mientras él, nos dice, comía tranquilamente, los integrantes del grupo teatral estaban bebiendo y hablando de teatro sin pausa y sin prestar atención a la comida.

No siempre, asegura, sus relaciones con personas del mundo de la creación se han caracterizado por la concordia. La dificultad fundamental, continúa diciéndonos, en el trato con personas del mundo creativo sería la “sobreevaluación del ego”, la tendencia a convertirse en “divo”, tan acusada en estos profesionales y, a su vez, tan nutrida por la idiosincrasia profesional.

El adjetivo utilizado para catalogar las condiciones del sector del diseño gráfico, en donde él como hemos visto se ha movido desde su juventud, es el de “asilvestrado”. Falta, nos indica, una regulación profesional que evite el intrusismo y las malas prácticas. Su faceta como empresario –llegó a tener en nómina a tres personas en su estudio y la revista XX a veintisiete, siendo después de *El Jueves* la segunda que más pagaba en términos salariales– le ha inducido este sentir, abogando por la

profesionalización de un sector en donde todo parece tener cabida precisamente como fórmula para revalorizar al autor y a su trabajo.

Como ya ha sido antes mencionado, la experiencia más importante de su carrera ha sido como director artístico de la segunda revista de comic con más tirada en España. XX, al implicar a veintisiete colaboradores en este proyecto, logró articular una red del cómic gallego. La iniciativa de este profesional consistía en impulsar una revista de cómic en Galicia siguiendo la línea del formato de los grandes Semanarios europeos más llamativos (tipo Tin Tin) arraigados en España desde hacía décadas. Durante el primer año de vida fue gestionado por BB, la editorial con más peso en el mercado gallego; y durante los dos años posteriores por *La Voz de Galicia*, también el periódico con más tirada del ámbito autonómico. El proyecto concluyó debido a la falta de apoyo institucional. Desde la perspectiva de nuestro profesional, subyacía aquí el viejo conflicto entre la creatividad entendida como “cosa viva” (talento) –por lo que él apostaba– o como “trabajo”. La conflictividad, nos dice, es habitualmente frecuente en el mundo del cómic, debida, en buena medida, al ansia de los colaboradores por convertirse en *trabajadores*, y por ende por vivir exclusivamente de éste.

Otro elemento que entra en juego es la cuestión del “ego” peculiar que, se nos dice, caracterizaría a la gente del mundo del cómic, entremezclándose elementos tales como “ser joven”, considerarse un “artista”, vivir de un público “friki” o tener un universo cultural excesivamente reducido al comic sin otros horizontes; constituyéndose finalmente en una “cultura impostada”. Además el cómic de los años noventa se habría visto afectado por dos factores que modificaron su idiosincrasia tradicional: primero, la introducción de un feísmo en el dibujo, de lo que se derivaron productos marcados por una menor perfección que en décadas anteriores; segundo, el surgimiento de una conciencia de autor que busca conquistar un espacio institucional antes inexistente.

5. DINÁMICA DE TRABAJO

Siguiendo a Gilbert Durand (1981), el primado del racionalismo occidental no sería otra cosa que una sobrevaloración de lo que él ha llamado “régimen diurno” arquetipal. Dicho régimen apostaría por aquellos elementos culturales en donde se incluiría un acercamiento analítico-abstracto al mundo en un afán de transparencia de éste, una

separación y tentativa de dominio del sujeto sobre el objeto (el reino de la luz o de lo “apolíneo” en Nietzsche), cuya expresión más acabada sería la definitiva reducción de lo real a lo potencialmente objetivable.

La dimensión de “lo imaginario”, que estaría latiendo en el trasfondo de toda cultura, delataría una reconsideración de la condición humana y de ésta en su vertiente social de acuerdo a una polaridad de “regímenes” que estarían operando en una constante contradicción y complementación mutua. Así, en una “*armonía conflictual*” con el anterior “régimen” señalado, existiría lo que él llama “régimen nocturno” arquetipal; que tendría que ver con una faceta antropológica propiamente trascendental, de reencuentro con el sueño, la embriaguez, con lo que, en definitiva, excede aquello entronizado desde el racionalismo y que bien podríamos englobar como el registro antropológico de “lo imaginario”. Y no se trataría de entender este “registro” en términos de irracionalidad, sino, más bien, de apertura a lo “no-racional”; puesto que, en sí misma, la propia escisión tajantemente establecida entre racionalidad e irracionalidad peca de simplificadora: lo que se sale de los linderos impuestos desde la racionalidad occidental no debiera ser contemplado como signo de irracionalidad, sino como un complemento que actúa en una ósmosis y entreluzo constante con “lo racional”.

Todo ello encaminado, en última instancia, a revalorizar lo proscrito en la cultura occidental: la fantasía, el sueño y el ensueño –la “función fabuladora” a nivel bio-psico-sociológico de Henri Bergson (1996)–, reinstaurando la creatividad sobre una *desencantada* (Weber) experiencia social y por ende una libertad y subjetividad no vulnerables a la *cosificación*, reencontradas éstas en su autenticidad; *re-imaginizando* o *re-poetizando* si se quiere lo social. Esto debiera entenderse a la luz de la insobornable facultad atesorada, según Durand (1972), en la imaginación. Ésta trata de buscar un reequilibrio psico-antropológico como consecuencia del daño provocado a este nivel por una civilización consagrada a una excluyente racionalidad propiciadora de graves desajustes en la condición humana, actuando, así, a modo de elemento *compensador*.

5.1. Imaginación práctica

En nuestro trabajo siguiendo la actividad de este profesional creativo hemos podido ver transparentado ese “régimen nocturno” del que nos habla Durand. No solamente en lo

que se refiere a la “atmósfera espacial” de trabajo, colonizada plenamente ésta por la imaginación, sino especialmente en la practicidad inherente a su trabajo, en lo que podríamos denominar una “imaginación práctica” volcada en su ocupación. La observación de las portadas de los diferentes números de la revista de cómic XX, tantas veces mencionada, reflejan en todos los casos un gran despliegue de la imaginación. En ellas, a la realidad le aparece sobreañadido un componente imaginativo (imaginario) introducido por la subjetividad del autor. No son una mera copia de la realidad, sino una realidad siempre transfigurada por medio de la imaginación. Asimismo, en diferentes carteles con un diseño gráfico de su autoría se halla un elemento de fondo surrealista añadido a la realidad (nuestro creativo nos declara una profesión de afecto hacia ese movimiento). Hay constantes apelaciones implícitas la mayoría de las veces al movimiento surrealista, tanto en libros, carteles, collages o imágenes de autores como Luis Buñuel, Paul Delvaux u otros. Otros referentes centrales en el surrealismo presentes en el estudio tampoco nos han pasado desapercibidos, tales como el tema de la muerte (calaveras) y el erotismo (desnudos). Una atmósfera, pues, en donde una notable carga de una simbología surrealista resulta realizada.

Este acusado despliegue de “imaginación práctica” se halla presente en la mayor parte de las obras realizadas coincidiendo con nuestra estada en el estudio como investigador, tanto a nivel de diseño gráfico como de paneles de comic en los que se incluyen en muchos casos textos de los que ellos mismos suelen hacerse cargo. En el primer ámbito, nos hemos encontrado con la reelaboración del cartel de la obra de Teatro titulada *Criaturas*. Se trata de una ilustración del personaje de Frankenstein atrapando con una mano su corazón, dejando ello translucir una carga simbólica solamente comprensible desde el contexto de la obra. En el segundo ámbito, hallamos la amplia viñeta de la “Calle del Percebe”, situada nada más y nada menos que en la parte trasera y exterior de los autobuses urbanos de la ciudad y por tanto sumamente percibida en el día a día de ésta. Forma parte de una campaña antiruidos auspiciada por el Ayuntamiento, y aquí aparece un panel con diferentes dibujos a través de los cuales están reflejados los aspectos más cotidianos de la ciudad bajo un prisma, eso sí, de sana guasa y caricaturización (casa con niños pequeños gritando, pubs nocturnos, ruidos de motos, etc.).

En su faceta como editorialista hemos observado asimismo una similar impronta “imaginativa”. Por ejemplo, en la edición de una guía de Santos para la Catedral de Santiago de Compostela. Aquí a los dibujos de los distintos Santos llevados a cabo por un ilustrador madrileño se le sobreañade a cada uno de ellos ciertos rasgos peculiares que pretenden guardar fidelidad a su idiosincrasia. O también en una obra titulada *Greguerías*, en alusión a Ramón Gómez de la Serna y consistente en diferentes ilustraciones basadas en el libro de este autor.

5.2. Trabajar con ideas

Por otra parte, en lo que atañe específicamente al proceso de trabajo de este profesional, podríamos decir que éste comenzaría por “lo mental” para desde ahí dirigirse a “lo material”. Se trata, como el propio creativo nos insiste y hemos tenido ocasión de comprobar, de “crear ideas” (lo único que no tiene precio según él) que luego puedan llevarse a la practicidad. La fase auténtica creativa sería la primera, puesto que, según nos dice, “habría que darle muchas vueltas para crear algo original”. A veces, sin embargo, la idea surge, nos confiesa, de inmediato (en la ducha frecuentemente), en otras tras un proceso de “masticación” permanente. En ocasiones, esta “producción de ideas” responde a demandas concretas, editoriales, cartelería, etc., pero en otras surge de la iniciativa del propio diseñador que se adelanta al mercado. En tiempos de crisis (el sector se ha visto, como decíamos, especialmente afectado y en la ciudad la mayor parte de las empresas de artes gráficas han debido cerrar) se ve acentuada esta tendencia a romper inercias y favorecer la iniciativa personal, adelantándose a ofrecer cosas a la gente y buscando, de este modo, adaptar la creatividad a la demanda del cliente.

El proceso más interesante del trabajo, lo repite constantemente, es el de “gestar la idea” o más concretamente “tener una intuición”. Posteriormente, la fase de dibujo la siente no más que como “un trabajo a cumplir”, el de plasmar esa “intuición” previa. De hecho, expresa añoranza por un momento en su carrera profesional en la que él podía concentrarse exclusivamente en el proceso de gestación de las ideas, dedicándose otros colaboradores a su cargo a plasmarlas en el dibujo. A este respecto, cita una frase de Alfred Hitchcock según la cual “cuando se tiene la idea lo restante no interesa, se acabó la película”. Como contrapartida, maquetar le agrada y lo hace con soltura, porque es el

proceso diametralmente opuesto al de gestar la idea, es decir resulta algo mecánico, menos mental y, en suma, relajante.

5.3. La metáfora

Ese algo de irrealidad que emana y se materializa en la obra de nuestro diseñador encuentra su asidero en el dominio propio de la metáfora. A través de ésta se consigue transmitir una realidad más inyectada de significación, debido precisamente al elemento de ambigüedad inoculado (a su juicio en esta deliberada introducción de la ambigüedad residiría el éxito de su trabajo). Ésta, la metáfora, es el elemento esencial que define la centralidad de su trabajo, en su dimensión de “concepción”, es decir, en lo que atañe al hecho de concebir lo novedoso. Los trazos del dibujo apuntan siempre a algo que no está presente en términos de “realidad objetiva”, pero al mismo tiempo estándolo y dejando, así, traslucir una dimensión de “lo real” más plena de significado. Precisamente en este aspecto es donde aparecería algo nuevo. Lo hemos podido comprobar en el caso del diseño gráfico, pero algo semejante intuimos que sucede en el comic, sobre todo si aceptamos, como él nos insinúa, que letra y dibujo guardan una relación originaria de fondo (la letra es dibujo y el dibujo se hace letra).

El proceso de elaboración en el diseño gráfico, una vez alumbrada la idea, comienza con un esbozo tradicional de dibujo a lápiz que se va perfilando y perfeccionando sucesivamente hasta alcanzar el producto final. Una vez concluido, éste se pasa al ordenador. Los diferentes bocetos son guardados en libretas celosamente clasificadas y en donde se refleja toda la secuenciación anterior. Es un trabajo que responde a unas características propiamente artesanales y no a las típicamente industriales, si bien, a diferencia de la inercia que preside en buena medida el cometido del artesano, aquí siempre se sugieren cosas nuevas. No obstante, el cuidado típico del trabajo artesanal se mantienen como señas de identidad propias, en oposición, por otra parte, al “feísmo” cada vez más estéticamente dominante en el sector. Para aportar una muestra concreta y directa de ello, cabe mencionar el regalo de un póster a este investigador, fruto de su última obra, embalado con sumo esmero, manifestando, así, un amor al perfeccionismo en el trabajo.

5.4. Estilo

Un aspecto primordial en la actividad de nuestro profesional lo juega el “estilo”. Una vez observadas y analizadas la mayor parte de sus obras, se desprende de ellas, a modo de denominador común, un “estilo” diferenciado que las atravesaría. En realidad, se nos dice, lo que se vende al mercado –y su éxito o rechazo– no es otra cosa que un “estilo” personalizado, que no deja de ser más que una huella subjetiva propia, un algo intangible que el creativo añade y que emana desde lo más profundo de su identidad personal; o en otros términos, esta identidad personal se nos revela y hace presente, materializándose, precisamente en el “estilo” de la obra. En la dosis de “estilo”, de “personalización” añadida, desempeña un papel esencial la “imaginación creadora”, la cual realza inesperadamente algo que pasaba habitualmente desapercibido.

Analizando los rasgos característicos del estilo de nuestro creativo al contrastar varias obras, hallamos un patrón similar. Por ejemplo, un cartel que ilustra la portada del Congreso sobre Rosalía de Castro –poetisa emblemática en el mundo de la cultura gallega–, otro dedicado a Roberto Vidal Bolaño con motivo del homenaje dedicado en el *Día das letras galegas* y, finalmente, un último dedicado por circunstancias similares a otra figura consagrada de la literatura gallega, Manuel Murguía. En estos carteles se desprende un mismo estilo, que tratamos de sintetizar a continuación:

- El rostro es siempre inexistente, está en blanco; por tanto no parece definir a la persona, mostrando que en nuestro físico aparentemente somos todos iguales.
- La caracterización viene dada por atributos, convertidos ahora en simbólicos, representativos de cada personaje. Sombrero, patillas, nariz de clown o bigote en el caso de Bolaño. Gafas peculiares y vestimenta en el de Murguía. Diseño del peinado y vestimenta en el de Rosalía.
- Siempre aparece un pájaro rondando a estos personajes; representativo, al decir del diseñador, de las diferentes versiones de lo que es Galicia; o dicho de otro modo, de una imagen de Galicia como algo abierto.

5.5. Conflicto y utopías intersticiales

Hay un residuo “utópico” latiendo en el trabajo de nuestro creativo, si bien éste adopta un sello muy peculiar distanciado del género de utopía que tenemos habitualmente presente. Las Utopías, recordemos, son herederas de la Modernidad occidental. Su origen está íntimamente ligado al desmantelamiento del universo simbólico-religioso que había servido de soporte “mental” durante la Edad Media. Dicho universo simbólico permitía transferir las esperanzas colectivas más allá de este mundo y, como es obvio, más allá del presente, en una dimensión ultramundana de futuro. La modernidad, arrastrada por un espíritu desacralizador, provocó que, una vez erosionado este universo simbólico en manos del Racionalismo y la Ilustración, las esperanzas colectivas se reorientasen hacia un terreno ahora histórico, en el seno y sin salirse de la propia historia. La Utopía moderna llevaba impresa un travestido componente religioso que era el que en realidad permitía entrar en sintonía con las demandas sociales y galvanizar en una determinada dirección la acción colectiva.

Utopía e “imaginario” habían guardado durante la modernidad una estrecha relación. El nexo de unión radicaría en que la naturaleza de la utopía tendría que ver con un anhelo profundo del ser humano por “inventar” nuevos mundos alternativos al establecido en donde se pudiesen colmar colectivamente sus miserias y sinsabores cotidianos. Las diversas utopías guardan entre ellas un parentesco, repiten un similar bosquejo mítico y gravitan en torno a un mismo denominador común: una tentativa por suprimir con la imaginación, con el sueño, una situación conflictiva (Servier, 1982).

Ahora bien, uno de los rasgos definatorios de la sociedad actual, aquella que por definición asume la obsolescencia de los valores centrales articuladores de la modernidad, radicaría en el eclipse de cualquier tipo de finalidad histórica. De manera que el tiempo presente habría dejado de estar vectorializado en un *telos* histórico; y como resultado de lo cual las Utopías con mayúsculas habrían perdido la vitalidad de antaño. El perfil de actuación de “lo imaginario” se ve así fuertemente modificado. Ahora las energías utópicas emanadas del vitalismo de “lo imaginario” se trasladan a espacios *proxémicos*, locales, menos globales, buscando reinventar nuevas fórmulas de experimentación de la existencia cotidiana y en donde la creatividad inherente a “lo

imaginario” –el “paradigma estético” anteriormente mencionado– jugará un papel esencial. Es lo que Maffesoli denomina «Utopías intersticiales» (2001). La creatividad, la invención de posibilidades que vayan más allá de la realidad establecida, que la desdoble y hagan entrar en ella el ensueño (y donde “lo imaginario” es su auténtico impulso) desempeña aquí un papel fundamental. Son un género de utopías que ansían *re-imaginizar* lo cotidiano, discurriendo de espaldas y/o contra lo institucional, buscando precisamente en lo cotidiano lo que lo institucional no ofrece; *reencantando*, a su modo, la experiencia social. Así, Georges Balandier (1988) nos dice, en un tono semejante, que en las sociedades actuales se habría dado una liberación, un cambio de régimen y una mayor fluctuación de “lo imaginario”. Esto entrañaría que éste se constituye cada vez menos a partir de esquemas establecidos y transmitidos a largo plazo –como es el caso de los mitos y las religiones– para evidenciarse, disgregarse y circular por los diferentes plexos en los que se entretiene la cotidianeidad.

Poco entenderíamos del trabajo de nuestro profesional sin tener en cuenta lo anterior. Y esto está íntimamente relacionado con un elemento clave que estaría latiendo en su dinámica de trabajo, a saber: el conflicto inherente a la esencia de éste. A buen seguro que este conflicto obedece a la idiosincrasia propia del mundo del diseño gráfico, equidistante éste entre el arte y la industria. ”Lo peor del diseño es el cliente”, resulta un dicho ya manido en el sector y ratificado por nuestro profesional. El conflicto suele explicitarse entre las pautas –por veces con una estrechez de lo “políticamente correctas” bien notables– marcadas cuando el cliente es una institución y la originalidad del creativo. El diseñador, ubicado en el equilibrio antes mencionado entre arte e industria, ansía salirse en muchos casos de la rigidez de las pautas institucionales, buscando “intersticios” en donde pueda sortearlas.

Una buena ilustración de lo anterior lo hemos observado en un encargo en donde se le encomienda la realización de una viñeta para una campaña antidroga orientada a jóvenes, tratando de sortear aquí un “pedagogismo moralista”. Otra ilustración de lo mismo se nos muestra en el diseño de un cartel para una guía institucional de apoyo a la maternidad, en donde aparece un recién nacido confortado con un chupete y leyendo en estado de concentración esta guía, tratando de sortear en este segundo caso una sesgada lectura de la maternidad en la que el varón resulte excluido. Como hemos tenido ocasión de comprobar, nuestro diseñador se coloca, entonces, en una posición límite,

haciendo verdaderos equilibrios entre lo institucional y lo creativo. Por eso, nos recuerda, aumenta más la libertad –y por ende la originalidad– cuando se trabaja bajo encargos surgidos de grupos de teatro o asociaciones de carácter lúdico que cuando se hace para las instituciones.

Algo del conflicto antes aclarado ocurre con la presión derivada del “*imperativo pedagógico*”. En sus comienzos, éste presidía la revista XX. Con el paso del tiempo, la intención del creativo era la de liberarse de dicho “imperativo”, no solamente por motivos de mercado sino, fundamentalmente, porque daba más juego a la libertad creadora y microtrasgresora anidada en el comic, lo que no encajaba en el pedagogismo de la primera fase de la revista. Por lo que hemos tenido ocasión de observar en distintos productos, la trasmisión de estas pequeñas trasgresiones debe ser sumamente cuidada para evitar un enfrentamiento con las instituciones.

Otro buen ejemplo de lo anterior es lo ocurrido con un cartel elaborado por nuestro autor y dedicado a una controvertida obra teatral cuyo guionista era AA, amigo como hemos ya dicho del creativo y figura consagrada de la literatura gallega. El cartel de la obra, enmarcada en el contexto de una fiebre futbolística desatada por la participación española en una señalada cita de un Mundial, consistía en un golpeo por parte de una pierna de un jugador de futbol a un balón con una bandera española al fondo; algo que, llevado por una lectura pretenciosa, podía llegar a suscitar un cierto grado de polémica o problemas incluso de índole legal. De ahí que insistamos en la difícil posición límite desde donde nuestro creativo muchas veces realiza su labor.

6. A MODO DE CONCLUSIÓN

Recopilando y entresacando lo esencial de lo observado durante nuestra experiencia junto a este profesional, destacamos lo siguiente:

- Las dimensiones espacio-temporales en donde desarrolla su labor contrastan diametralmente con aquellas instauradas por el régimen de trabajo característico de la modernidad, en las que, básicamente, tanto el espacio como el tiempo se ven subordinados a una racionalidad productiva. Por el contrario, el espacio-tiempo laboral de nuestro profesional se desenvuelve en una atmósfera en la que

prevalece un esteticismo que, inspirado por la imaginación, logra contaminar y envolver por completo las distintas vertientes en donde despliega su actividad.

- Los cauces de su socialización laboral, fundamentalmente como autodidacta, así como su singular ubicación en el complejo entramado de la red profesional por parte de nuestro creativo revelan una posición fronteriza, casi de equilibrio, con respecto al campo de trabajo en donde se halla inmerso, acentuada ésta, asimismo, por una intencionada autodefinición profesional liberada de los vínculos comprometidos en una relación salarial al uso; todo ello orientado por la pretensión de, en última instancia, encontrar el modo de vida más adecuado para mantener viva la llama de la creatividad.
- Su actividad está gobernada por la imaginación, por el empeño de hacer surgir algo de la nada, si bien esta imaginación tiene una vocación de encarnarse en la practicidad. Así, curiosamente trata con “ideas”, pero “ideas” que buscan ser encarnadas y concretizadas en figuras; y lo hace además apropiándose de la riqueza atesorada en la metáfora visual para expresar aquello inexpresable que sólo la imaginación alcanza a desvelar. Cobra, de este modo, una especial significación el “estilo”, dado que éste estaría testimoniando no otra cosa que el peculiar e intransferible modo mediante el cual el mundo se ve sometido a los dictados de su subjetividad poética.
- En sus trabajos está constantemente latiendo un residuo “utópico” que, no obstante, poco tiene que ver con las utopías tal como éstas fueran concebidas tradicionalmente. Se trata de “microutopías” que no proponen finalidad histórica alguna, pero en donde sí pervive el ansia por trascender la realidad a través de la imaginación, previamente detectado un desajuste entre el mundo tal como se nos presenta y el mundo tal como nos hubiera gustado que fuese; o mejor el mundo tal y como la imaginación nos estaría dando pistas que pudiera ser. Visto de este modo, el signo más inequívoco de este vigor “utópico” de la imaginación radicará en su insobornable anhelo por transgredir “lo instituido”.

7. BIBLIOGRAFÍA

Adorno, Th. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Trotá.

Balandier, G. (1988). *Poder y modernidad*, Madrid, Jucar.

Bastide, R. (1970). *El prójimo y el extraño*, Buenos Aires, Amorrortu.

Bauman, Z. (1997). *Modernidad líquida*, Buenos Aires, FCE.

Becker, G. (1983). *El capital humano*, Madrid, Alianza.

Bergson, H. (1996). *Las dos fuentes de la moral y la religión*, Madrid, Tecnos.

Beriáin, J. y Sánchez de la Yncera, I. (2012). 'Tiempos de postsecularidad: desafíos de pluralismo para la teoría', en Sánchez de la Yncera, I. y Rodríguez Fouz, M. (eds.), *Dialécticas de la postsecularidad. Pluralismo y corrientes de secularización*, Barcelona, Anthropos, pp. 31-92.

Castells, M. (1996). *La ciudad informacional*, Madrid, Alianza.

De Bono, E. (2006). *El pensamiento lateral*, Barcelona, Paidós.

Durand, G. (1972). *La imaginación simbólica*, Buenos Aires, Amorrortu.

--- (1981). *Las estructuras antropológicas del imaginario*, Madrid, Taurus.

Durkheim, E. (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*, Madrid, Akal.

Fugamalli, A. (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación*, Madrid, Los Libros de la Catarata

Hacking, I. (1995). *La domesticación del azar. La erosión del determinismo y el nacimiento de las ciencias del caos*, Barcelona, Gedisa.

Huizinga, J. (1982). *El otoño de la Edad Media*, Madrid, Alianza.

Joas, H. (1996). *The Creativity of Action*, Chicago, University of Chicago Press.

Maffesoli, M. (1993). *El conocimiento ordinario. Compendio de Sociología*, México, FCE.

--- (1998). *La conquete du presente. Pour une sociologie de la vie quotidienne*, Paris, Desclée de Bouwer.

--- (2001). *L'instant eternel*, Paris, Denoel.

--- (2005). *En el crisol de las apariencias: para una ética de la estética*, Barcelona, Herder.

Morin, E. (1974). *El hombre y la muerte*, Barcelona, Kairós.

--- (2001). *El cine o el hombre imaginario*, Barcelona, Paidós.

Noya, J. Del Val (2010). 'Sociología de la creatividad', en Noya, J. Del Val, F. y Pérez Colman, M. (comps), *Musyca. Música, sociedad y creatividad artística*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 19-40.ç

Reis, J. (coord.) (1988). *Tratado de Antropología de lo sagrado I*, Madrid, Trotta

Servier, J. (1982). *La utopía*, México, FCE.

Weber, M. (2012). *El político y el científico*, Madrid, Alianza.

* * *

Ángel Enrique Carretero Pasin es Doctor en Sociología por la Universidad de Santiago de Compostela. Profesor Titular de Filosofía en régimen de adultos en el IES Rosalía de Castro de Santiago de Compostela. Profesor Colaborador de Sociología en el Instituto de Criminología de la Universidad de Santiago de Compostela. Profesor en el Postgrado Historia, Teoría y Método en las ciencias humanas y sociales de la Universidad de Santiago de Compostela y en el Master en Juventud y sociedad de la misma Universidad. Investigador Postdoctoral invitado en la Université Paris V: Sorbonne. Miembro del GCEIS (Grupo Compostela de Estudios sobre Imaginarios Sociales) de la Universidad de Santiago de Compostela, del CIPPCE (Centro de Investigación sobre Procesos e Prácticas Culturais Emerxentes) de esta misma Universidad y del CEAQ (Centre d'Etude sur l'actuel et le Quotidienne) de la Universidad Paris V (Sorbonne).

Recibido: 15/07/2014

Aceptado: 19/09/2014