

# 1

## Introducción

La incansable potencia creativa, la pasión ardiente y la curiosidad desbocada han degenerado en un sensacionalismo frenético. Cabría decir, en efecto, que el hombre actual tiene epidermis más que alma. Sus facultades sensoriales se han desarrollado extraordinariamente, pero lo han hecho en detrimento de las espirituales. Carecemos de fuerza moral, y quizá también de fuerza imaginativa. [...] El artista que busca el favor de las masas no puede evitar contagiarse de su tendencia al fetichismo y al autoengaño deliberado

JAMES JOYCE, *Sobre la escritura*

[Para comenzar, un presagio, escrito en 1923, de la condición con frecuencia yerma o banal pero a la vez de la actitud pública, ansiosa y enardecida del creador actual]

If the world is absurd, if what passes for reality is distressingly unreal, why spend time representing it?

JEROME KLINKOWITZ, *Literary Disruptions: The Making of a Post-Contemporary American Fiction*

J'imagine le début d'un livre...

PHILIPPE SOLLERS, *Logique de la fiction et autres textes*

Banal ideas cannot be rescued by beautiful execution. [...] When an artist learns his craft too well he makes slick art

[Si la imaginación no rinde, la técnica resulta insuficiente. Si el creador se repite porque domina su estilo, su obra tal vez resulte sugestiva aún, pero deviene insustancial]

SOL LEWITT, *Sentences of Conceptual Art*

También a su manera este libro es muchos libros, pero sobre todo es dos libros. Un estudio de los fenómenos sociales y tecnológicos que están alterando la visión tradicional del proceso creativo sustentado en conceptos como el de imaginación, y una reflexión en torno a cómo deberemos considerar a partir de ahora esa misma imaginación, que seguramente será menos el resultado de una fantasía individual y más un complejo sistema de asociaciones de ideas, propias y ajenas, que den como resultado una respuesta del consumidor (puesto siempre ante la encrucijada de tener que decidir entre asumir el riesgo de aprobar y sufragar una innovación volátil y asegurarse el rédito de una creación consolidada por la tradición)<sup>2</sup>. Ninguna alarma debe sonar, ningún

---

<sup>2</sup> El contexto en el que un protocolo de asociaciones y conectividad está sustituyendo un viejo concepto de imaginación entendida como el resultado de operaciones introspectivas de figuración y de fantasía es en buena medida el que describe, por ejemplo, Bauman, trayendo a colación las características de una sociedad actual esencialmente multidireccional, contradictoria y sumamente dependiente del hibridismo —lo convencional y lo *underground*, lo central y lo periférico, lo *trendy* y lo clásico retroalimentándose de forma constante— y de la *diferencia*, Zygmunt Bauman, *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2013, pág. 37, “Desde el punto de vista axiológico, las relaciones culturales ya no son verticales sino horizontales: ninguna cultura tiene derecho a exigir la subordinación, humildad o sumisión de otra por la simple consideración de su propia superioridad o su ‘carácter progresivo’. Hoy los modos de vida andan a la deriva en direcciones diversas y no necesariamente coordinadas; se ponen en contacto y se separan, se acercan y se distancian, se abrazan y se repelen, entran en conflicto o inician un intercambio mutuo de experiencias o servicios: y hacen todo esto [...] mientras flotan en una suspensión de culturas, todas de una gravedad específica similar o completamente idéntica. Hoy las contiendas por el permiso de ser diferente reemplazan a las jerarquías supuestamente estables e incuestionables, así como a las sendas evolutivas unidireccionales: se trata de pugnas y batallas cuyos resultados son imposibles de predecir y cuyo carácter concluyente no se puede dar por sentado”. Cfr. Steven Johnson, *Futuro perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes*, Turner, Madrid, 2013, pág. 60, “El arte que pone a prueba los límites de los gustos o las ideas aceptadas no suele atraer tanta audiencia como para autofinanciarse; si se dice que los artistas son unos ‘muertos de hambre’, será por algo. Y sin embargo, a la sociedad en conjunto le reporta grandes beneficios el arte experimental: la literatura, o la música, o el teatro, o los videoclips de setenta y un minutos que vienen de los bordes de la red. Las subculturas nos brindan experiencias que

apocalipsis debe presagiarse, ningún temor debe ser sembrado: no por azar, Thomas Pynchon, a quien resulta difícil tachar de escritor escasamente imaginativo, quiso hacer preceder su obra maestra *El arco iris de gravedad* de un epígrafe con la cita del físico alemán Wernher von Braun que reza “la naturaleza no conoce la extinción; sólo conoce la transformación”. No otra es la cuestión. No se trata de componerle un *requiem* a la imaginación<sup>a</sup> sino de aceptar que su naturaleza o su idiosincrasia, que su forma de ser tal como la hemos conocido, se ha transformado, ha evolucionado transmutándose en algo distinto, y que algo semejante le ha sucedido a la creatividad. Es probable que la naturaleza y los protocolos de la imaginación se hayan visto alterados porque se han transformado las relaciones del individuo con su sociedad (propensión a la creatividad permanente y la conectividad informacional), y del creador con su espacio (Internet ha convertido su escritorio o su *atelier* en el mundo ancho y ajeno) y sobre todo con su tiempo (la obsesión por el presente y la prisa por el producto creado determinan el *tempo* del proceso de creación y, en consecuencia, la creación misma)<sup>3</sup>.

---

expanden el conocimiento, y lo que ayer era *underground* mañana resulta mayoritario”.

<sup>3</sup> Gilles Lipovestky, *Los tiempos hipermodernos*, Anagrama, Barcelona, 2008, págs. 59-60 y 69, “Nace otra sociedad moderna. No se trata ya de salir del mundo de la tradición para acceder a la racionalidad moderna, sino de modernizar la modernidad misma, de racionalizar la racionalización, es decir, de destruir efectivamente los ‘arcaísmos’ y las rutinas burocráticas, de poner fin a las rigideces institucionales y a los obstáculos proteccionistas, de deslocalizar, privatizar, estimular la competencia. El voluntarismo del ‘radiante porvenir’ ha sido reemplazado por el activismo, por una exaltación del cambio, de la reforma, de la adaptación desprovista de horizonte de confianza y de grandes concepciones históricas. Por todas partes se pone el acento en la obligación de moverse, en un hipercambio liberado de toda perspectiva utópica, dictado por la exigencia de eficacia y la necesidad de supervivencia. En la hipermodernidad ya no hay más opción ni más alternativa que evolucionar, que acelerar la movilidad para no ser adelantados por ‘la evolución’: el culto a la modernización técnica ha superado a la glorificación de los fines y de los ideales. Cuanto menos previsible es el futuro, más necesidad tenemos de ser móviles, maleables, reactivos, propensos al cambio permanente, supermodernos, más modernos que los modernos de la época heroica. [...] La aceleración generalizada, el frenesí del consumo, la pulverización de las tradiciones y las utopías ¿han conseguido crear la civilización del ‘presente perpetuo’, sin pasado ni futuro, de la que habla George Orwell? Estas ideas solo expresan una verdad parcial. Las fluctuaciones eco-

Este libro estudia la imaginación y la creatividad ya no como panacea del arte sino como utopía en un contexto cultural volátil o etéreo y obsolescente, conformista y a la vez supuestamente emancipador o liberalizado, que parece sin embargo destinado a coartar la creación y a embridarla, a la vez que a someter al consumidor de contenidos culturales a unos protocolos cognitivos y epistemológicos distintos. En el seno de una sociedad camaleónica, globalizada y forzada a airear la intimidad a través de las redes sociales, que, además de estimular la conectividad y la competitividad, facilitan a su vez la creación de identidades-intimididades más falsas que Judas y se transforman en condición *sine qua non* para alcanzar determinados objetivos laborales o sociales<sup>4</sup>,

---

nómicas a corto plazo, la quiebra de las certezas progresistas, el derrumbe de la capacidad reguladora de las tradiciones son fenómenos presentistas irrecusables”. Y *cf.* Boris Groys, *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*, Caja Negra Editora, Buenos Aires, 2014, págs. 84-85, “¿Qué tiene el presente que nos interesa tanto? Para Wittgenstein, la contemplación pasiva del presente, de lo inmediatamente dado, es una ocupación antinatural dictada por la tradición metafísica, que ignora el flujo de la vida cotidiana, un flujo que siempre sobrepasa al presente sin privilegiarlo de ningún modo. [...] Para poder seguir avanzando por el estrecho camino del presente, la modernidad se deshizo de todo lo que parecía demasiado pesado, demasiado cargado de sentido, mimesis, criterios tradicionales de maestría, convenciones éticas y estéticas heredadas, etc., etc. El reduccionismo moderno es una estrategia para sobrevivir en el difícil viaje a través del presente. El arte, la literatura, la música y la filosofía han sobrevivido al siglo xx porque se deshicieron de todo el equipaje innecesario”.

<sup>4</sup> Preocupa que una joven modelo norteamericana de diecinueve años, Gigi Hadid, confiese que “ahora el trabajo de modelo y las redes sociales han de ser complementarios. Los diseñadores valoran cuántos seguidores tienes antes de decidir si cuentan contigo. Ser activa en Instagram es una de las partes más importantes de la labor de la embajadora de una marca”, *SModa, El País*, 4 de octubre de 2014, pág. 70. Tal vez Tom Ford consultó a un *community manager* en vez de verle el cuerpo a Gigi antes de decidir si contratarla o no. Preocupa que un novelista en ciernes pueda llegar a ser publicado porque quien apuesta económicamente por él vea como aval de sus expectativas de facturación, o de difusión de la marca que representa, el número de seguidores que ya tiene el autor en Facebook o Twitter, y le interese mucho menos la calidad o la relevancia artística de su obra. Preocupa que la dimensión de los seguidores de un creador en las redes sociales prevalezca sobre el valor de su creación, esto es, preocupa que un autor pueda serlo *antes* de ser autor, o que por el mero hecho de ser ya una suer-

esto es, en una *sociedad telaraña* de la que resulta cada vez más difícil proscribirse, tal vez la imaginación resulte ser el último refugio del individuo, condenado a la interacción, la comunicación y la exhibición constantes y agotadoras, en una sociedad que reclama transparencia a cualquier precio y que escoge la apariencia en detrimento de la autenticidad<sup>5</sup>, elección que trae consigo ineludibles consecuencias en el ámbito de la creación artística, que se ve obligada a prescindir del esfuerzo denodado o de la antaño insoslayable revisión, corrección o reflexión en beneficio de la inmediatez que exige la incitación a la exposición pública. Si no sientes que tu creación es apremiante y no creas de modo apresurado, vertiginoso, ya tardas en exhibir tu obra, y la obra que no se exhibe es obra ignorada, con independencia, *hélas*, de los valores incontestables que pueda tener.

---

te de *celebrity* digital aumenten sus posibilidades de ser autor, o que la obra resulte ya insignificante en comparación con la dimensión de un, por así llamarlo, *autor*: “oiga, no tengo ni idea de si lo que escribo es *bullshit* o *spam lit*, ni siquiera si de verdad me interesa escribir o si tengo algo que decir, pero le puedo asegurar que 3.500 tipos me leerán [o no...]. ¡Ni siquiera soy autor, pero puedo resultarle un autor rentable!”.

<sup>5</sup> Byung-Chul Han en Francesc Arroyo, “Aviso de derrumbe”, *Babelia, El País*, 22 de marzo de 2014, pág. 5, “Lo invisible no existe, de modo que todo es entregado desnudo, sin secreto, para ser devorado de inmediato, como decía Baudrillard. [...] Hoy el ser ya no tiene importancia alguna. Lo único que da valor al ser es el aparecer, el exhibirse. Ser ya no es importante si no eres capaz de exhibir lo que eres o lo que tienes. Ahí está el ejemplo de Facebook: para capturar la atención, para que se te reconozca un valor, tienes que exhibirte, colocarte en un escaparate”. Cfr. Steven Johnson, *Futuro perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes*, Turner, Madrid, 2013, págs. 206-208, “El objetivo de Facebook puede encapsularse en aquel viejo eslogan del novelista E. M. Forster: ‘only connect’. La compañía quiere fortalecer los vínculos sociales que permiten que los seres humanos de cualquier punto del planeta se conecten, se organicen, conversen y compartan. En un momento dado, Zuckerberg escribe ‘Al ayudar a la gente a crear estas conexiones, esperamos algún día ser capaces de reorganizar la manera en que la gente difunde y consume la información. Creemos que la infraestructura informativa del mundo debería parecerse a la gráfica social: una red construida de abajo arriba, o de par a par, más que una estructura monolítica, de arriba abajo como la que ha existido hasta la fecha’. [...] Facebook cree que debe haber redes de pares en el mundo, pero dentro de sus propios muros, la empresa prefiere un control ejercido de arriba abajo y centralizado en un líder carismático”.

Nos las habemos con una paradoja seguramente descomunal<sup>6</sup>, la de la reivindicación obsesiva y la devaluación banalizadora de la creatividad de forma simultánea. En un momento en el que sólo se habla de creatividad (nacen *apps* para fomentarla [<http://www.brit.co/creativity-apps/>], aumentan los libros que estimulan una creatividad compulsiva, en el ámbito de las artes plásticas, de la literatura, de la música pop y de la publicidad y las campañas políticas); en un momento en el que venden decenas de ediciones los tratados de *management* para reconvertir a los ejecutivos agresivos en directivos creativos, en un momento en que autores de todo el mundo venden miles de ejemplares de sus tratados de autoayuda a través de la creatividad (vendiéndonos, contra el sentido común y contra las razones de la ciencia, que todo ser humano es creativo y que basta con estimular su creatividad con ejercicios *gimnásticos* varios); en una coyuntura en la que destaca la presión —sobre agentes, curadores, *coaches* y otros intermediarios, que naturalmente hacen de la necesidad virtud— de miles de anónimos, ansiosos e impacientes *creadores de contenidos* que desean fervorosamente entrar en el mercado y devenir *artistas*, coyuntura en la que aumenta la autoedición accesible e inmediata —y aumentando la facilidad de autoedición aumenta exponencialmente la creación poco menos que indiscriminada— a través de *Print on demand* (POD)<sup>7</sup> o de plataformas digitales de autoedición (PDA)<sup>8</sup>, independientes o integradas en editoriales y agencias lite-

---

<sup>6</sup> Cfr. Pascal Gielen, *Creatividad y otros fundamentalismos*, Brumaria, Madrid, 2014, pág. 11, “la palabra mágica de hoy es ‘creatividad’. Y no sólo para el artista: el *manager* y el político también demandan creatividad. En nuestros tiempos creatividad es sinónimo de moral positiva. Ahora bien, ¿qué queda del significado de una palabra cuando prácticamente todo el mundo la utiliza hasta el empacho? Y, sobre todo, ¿a santo de qué viene tal euforia por la creatividad? ¿No es, acaso, el signo de una alarmante pérdida de auténtica creatividad?”.

<sup>7</sup> Por ejemplo, Espresso Book Machine (EBM) de On Demand Books ([http://ondemandbooks.com/ebm\\_hardware.php](http://ondemandbooks.com/ebm_hardware.php), en el que ya está formalmente Penguin USA) o The Book Edition (<http://www.thebookedition.com/>) en el mercado francés.

<sup>8</sup> Un análisis del funcionamiento de las PDA en José Antonio Vázquez, *Lulu y Bubok: luces y sombras de las nuevas plataformas digitales de autoedición*, <http://www.escriitores.org/publicar/articulos-de-interes/1374-lulu-y-bubok-luces-y-sombras-de-las-nuevas-plataformas-digitales-de-autoedicion>.

Algunas plataformas significativas son Kindle Direct Publishing (KDP), Lulu.com (<https://www.lulu.com/>), Byeink ([www.byeink.com](http://www.byeink.com)),

rias<sup>9</sup>, que eligen promocionar una creación accesible, aligera, expeditiva, y a la vez saciar la vanidad y la autopromoción<sup>10</sup> mediante la

---

Bubok.com (<http://www.bubok.com/>), Vook.com (que se promociona anunciando a sus posibles clientes que “If you’re self-publishing, you’re already ahead of the game. But we know how hard it is for an independent author to stand out in a crowded marketplace. Vook’s market intelligence lets you know what books your potential readers are buying today, help you price and position your book for your specific audience, and even helps you get into Amazon’s Top 100 lists when possible. You can then chart your sales on every retailer to track the results”), Fast-Pencil (<http://www.fastpencil.com>), que se promociona con el eslogan ‘Do-it-yourself Publishing done fast’, Smashwords (<http://www.smashwords.com>), Booktype (<http://www.sourcefabric.org/en/booktype>), que se define como “The open source platform to help you write and publish print and digital books”, Archway Publishing ([www.archwaypublishing.com](http://www.archwaypublishing.com)), la PDA de la editorial Simon & Schuster, Bedford Square Books, la PDA de la agencia literaria londinense The Ed Victor Literary Agency (<http://www.bedfordsquarebooks.com>), Rocautores (<http://www.rocautores.com/>), la PDA de Roca Editorial, o SBe&books (<http://www.sb-ebooks.es>), la PDA de Sandra Bruna Agencia Literaria de Barcelona.

<sup>9</sup> Para la problemática de la relación entre las agencias literarias y su apoyo a los autores que desean autopublicarse, *vid.* “Do Self-Published Book Authors Need a Literary Agency?” (<http://writersrelief.com/blog/2014/03/self-published-book-authors-literary-agent>), un estado de la cuestión publicado el 7 de marzo de 2014 en *Writers Relief*; y asimismo Rachel Deahl, “The Agent as (Sort of) Publisher”, 6 de julio de 2012, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/52905-the-agent-as-sort-of-publisher.html> y Jeremy Greenfield, “How Do Literary Agents Fit Into The New Book Publishing Ecosystem?”, *Forbes*, 8 de febrero de 2012 (<http://www.forbes.com/sites/jeremygreenfield/2013/08/02/how-do-literary-agents-fit-into-the-new-book-publishing-ecosystem>). Algunos autores ya han decidido la autopublicación digital de su *backlist* en la red, es el caso de J. K. Rowling o de Andreu Martín en su web [andreamartin.com](http://andreamartin.com), donde el escritor ha colgado dos libros inéditos e irá apareciendo todo su fondo, en parte descatalogado, con *links* a librerías, convencido de que las editoriales pueden transformarse en el enemigo si llevan a cabo distribuciones cortas y no reeditan, pues, en su caso, sólo el 10% de sus libros está en librerías.

<sup>10</sup> Gilles Lipovestky, *Los tiempos hipermodernos*, Anagrama, Barcelona, 2008, págs. 23-24, “La posmodernidad representa el momento histórico concreto en el que todas las trabas institucionales que obstaculizaban la

exhibición por conectividad y promoción *worldwide*, en detrimento de filtrar y apostar por la *sostenibilidad* de la obra<sup>b</sup>; en un momento,

---

emancipación individual se resquebrajan y desaparecen, dando lugar a la manifestación de deseos personales, la realización individual, la autoestima. Las grandes estructuras socializadoras pierden su autoridad, las grandes ideologías dejan de ser vehículos, los proyectos históricos ya no movilizan, el campo social ya no es más que la prolongación de la esfera privada: ha llegado la era del vacío, pero sin ‘tragedia ni apocalipsis’. ¿Cómo explicar esta mutación de la modernidad? ¿Hemos de ver en ella la materialización de los discursos teóricos que celebraban la autonomía individual y la desaparición de las estructuras sociales de encuadramiento?”. *Cfr.* Carles Geli, “La autoedición explota en Frankfurt”, *El País*, 12 de octubre de 2013, pág. 48, “Penguin ha adquirido Author’s Solutions, líder del sector de la autoedición, por la friolera de 86 millones de euros. Quizá las cifras que mueve lo justifiquen: en su catálogo hay 150.000 autores, que han publicado 190.000 títulos, casi todos en la Red, claro. Así son las cifras de la autoedición, que creció un 58% en Estados Unidos el año pasado. El movimiento de Penguin ha hecho abrir los ojos a todos. Las plataformas de autoedición son casi infinitas y potencias como Amazon (Kindle Direct Publishing) o Google (Google Books) ofrecen esa posibilidad. La automatización de la conversión en formato digital y una nula intervención en el texto hacen que en menos de 72 horas el libro esté colgado en la Red listo para descargarse en las principales plataformas a un coste muy bajo o de poco más si se opta por hacer una minitirada en papel (impresión bajo demanda)”. Sí existe en ocasiones un tráfico de versiones corregidas porque la PDA de una editorial o una agencia, por ejemplo, exija unos mínimos de calidad previa a los creadores, o fuerce sucesivas revisiones del original antes de subir la obra a la red, pero en cualquier caso vía libre (económica e inmediata) para la pretenciosa vanidad desorbitada y pacata de quienes no desean en realidad escribir sino haber escrito, esto es, no desean crear sino ser creadores, autores, artistas, celebridades, desean hacer cualquier cosa y convertirla de inmediato en obra reconocida y aclamada, una actitud hoy generalizada (pregunten a agentes de AP Watt, William Morris, Carmen Balcells, Janklow & Nesbit o Rogers, Coleridge & White la cantidad media de originales que reciben anualmente, y hagan lo mismo con los directores editoriales de Seix Barral, Alfaguara, HarperCollins, Suhrkamp, Mondadori o Éditions du Seuil y échense las manos a la cabeza), de la que abominan artistas a la vieja usanza, *cfr.* Henri Cartier-Bresson, *Ver es un todo. Entrevistas y conversaciones. 1951-1988*, Gustavo Gili, Barcelona, 2014, pág. 108, “Uno debe preservarse a cualquier precio. Esto la gente no lo entiende porque vivimos en un mundo donde tienes que ser conocido. ¿Acaso no es una locura esta obsesión por el ‘yo’ y el ‘yo,

en fin, en que parece que la creatividad no es ya un mérito sino un requisito (y la obra ya más una necesidad social de proyección que un aliento personal de introspección), nos embarcamos en un estudio con el que sugerir que parece, de una vez por todas, que la imaginación y la creatividad están mutando, que están transformándose en conceptos distintos como ya lo son la creatividad y la creación, y que es preciso tomar buena nota de ello. Así es: ya ni la imaginación es lo que era. En esta *sociedad de la transparencia*, el creador parece advertir que mientras sueña o imagina alguien lo está mirando de reojo, para vigilarlo o para presionarlo, y de esa situación nace la creación coartada, por la ansiedad que uno mismo se procura y por el control que los demás —lo que algunos llaman *el mercado*— ejercen de oficio<sup>11</sup>. Jamás

---

yo, yo'? Todos se entregan a un frenesí de hacer cosas. ¿Para dejar huella? ¡Qué vanidad!

<sup>11</sup> La enorme agencia literaria de Londres Curtis Brown ha creado Curtis Brown Creative (<http://www.curtisbrowncreative.co.uk>) con la finalidad de poder encontrar mejor y de forma más directa y eficaz los nuevos talentos, filtrar, acercarse y controlar a las *unsolicited submissions* y evitar la frase que más detestan los escritores en las webs de las agencias: 'en estos momentos no aceptamos manuscritos no solicitados'. Por si fuera poco, la agencia proporciona en su web el acceso a un taller de escritura creativa (la Writing School) y a un servicio de *consulting* acerca de las tendencias y los movimientos del mercado, esto es, la agencia Curtis Brown ha concebido una plataforma digital integral de búsqueda, asesoramiento y adiestramiento de nuevos autores, una forma de ayudar a la publicación inmediata, sí, pero a la vez una forma de controlar las tendencias y de seguir de cerca el proceso creativo de *sus* autores e intervenir directamente en él. La agencia literaria canadiense The Cooke Agency ([www.cookeagency.ca/about.htm](http://www.cookeagency.ca/about.htm)), de Toronto, insiste en su web en la atención personal que les brinda a sus autores en el proceso literario de *editing* (trabajar el texto del manuscrito original con el autor para mejorarlo: recortes, añadidos, cambios, correcciones y sugerencias de toda suerte que pueden afectar al estilo, la trama, los personajes, etc.), "We give personal attention, and a lot of time, to our authors as we work collaboratively with them to fine-tune their manuscripts". De modo similar, la prestigiosa editorial norteamericana Harper Collins, de Nueva York, ha creado Authonomy ([www.authonomy.com](http://www.authonomy.com)), una plataforma de fomento, ayuda, *consulting* y asesoría literaria para autores, que se benefician de la opinión, consejos y críticas de la comunidad de autores que ya son usuarios de la plataforma (que conforman un foro), y que pueden revisar y corregir sus originales ulteriormente y cuantas veces quieran, en aras de lograr que sean elegidos por un comité editorial de HarperCollins

existirán reglas que constriñan la creatividad, salvo las que se impongan de forma consciente y artificial algunos artistas, como aquellos que formaron desde 1960 el *Ouvroir de Littérature Potentielle* (OULIPO) —dedicado a la escritura limitada o *littérature à contraintes*— o quienes escriben siguiendo la teoría de fractales o pintar *op art* como virtuosismo técnico, pero se diría que en la actualidad la creatividad se encuentra bajo vigilancia, ya no por regímenes políticos sino por fuerzas verdaderamente poderosas: las leyes del mercado y las prestaciones de la tecnología<sup>c</sup>.

¿Es posible hoy pensar en una creación sin bridas, al margen de las presiones e imposiciones comerciales, con independencia de la prisa y de las condiciones que el mercado impone y que la tecnología permite, como permite su monitorización y una evidente facilidad para pensar en la publicación y la promoción de la obra antes incluso que en su creación y en las bondades y virtudes que un día quisieron los autores en privado que tuviera antes de compartirlas con el público? ¿Es posible lo que podríamos denominar *unplugged creativity*, *unplugged writing*, *unplugged painting*, *unplugged composing*, esto es, una creación desconectada? ¿O el mero hecho siquiera de imaginar una *unplugged creation* no es ya más que una quimera? Al individuo se le hace creer que debe transformarse en autor (un gigantesco rótulo de luz *led* reza ‘Sé autor. Siquiera una vez en tu vida. Nosotros te ayudamos. No te arrepentirás’), más tarde se le induce a pensar que no podrá convertirse en autor por sí mismo, se le convence de que necesita ayuda, y acto seguido se pretende encauzarlo mediatizando su creatividad bajo mil formas de ayuda amiga, de coacción feliz<sup>12</sup>, elijan ustedes la expresión más conveniente. Hubo

---

en la selección que se lleva a cabo con periodicidad mensual. Lo anterior significa que la editorial tiende puentes a la creatividad con el objetivo de intervenir de forma directa en la creación, de algún modo dirigirla o tutelarla, en cualquier caso acotando las posibilidades creativas y llevándolas a su terreno editorial y a sus objetivos de mercado (las tendencias emergentes, la línea editorial de sus catálogos, las modas en boga, etc.) y, naturalmente, poder estar en disposición de beneficiarse de la calidad de los originales que ella misma ha contribuido a crear, asegurándose un acceso directo a incontables autores sin esperar a que le lleguen las sumisiones directas o a través de una agencia literaria u otro intermediario.

<sup>12</sup> Crecen exponencialmente las empresas y plataformas *online* dedicadas a llevar de la mano al autor-que-ni-siquiera-sabe-que-quiere-serlo, por un módico precio en forma de *fee* que el autor les abona por la prestación

un tiempo en que el autor creaba y más tarde acudía al *sistema* (la sumisión de su obra a los distintos editores o marchantes), después surgieron los intermediarios, que acuden al *sistema* en representación del autor (agentes, *coaches*, prescriptores), y algunos indicadores nos permiten pensar que el paso siguiente es el del autor nacido del *sistema*, en el *sistema*, por el *sistema*, y que ese paso ya se está dando.

En cualquier caso, *La imaginación en la jaula. Razones y estrategias de la creación coartada* cierra una tetralogía de estudios acerca de la

---

de sus servicios, desde su primera idea a un primer borrador, un original más o menos definitivo y, tras procesos de revisión, corrección y *editing*, una obra susceptible de ser sometida al criterio de editores convencionales o directamente al protocolo editorial de los distintos gestores de Plataformas de Autoedición Digital, que por otro módico precio subirán a la red la obra (un original *sui generis* que ha pasado por una suerte de cadena de montaje y que, en realidad, puede llegar a ser el resultado de una labor de equipo más allá de la concepción tradicional de la autoría). Un ejemplo es el de Authoright (<http://authoright.com/editing.php>), empresa con sede en Londres y Nueva York, que desarrolla ideas de autores, espontáneos o un punto más *profesionales*, acompañándoles en todo el proceso de creación, ofreciendo “Structural Edit: this is an intense, almost forensic assessment of every aspect of the manuscript — the narrative, vocabulary, structure, characterisation, style and development. The editor will look for errors and inconsistencies, areas which may confuse the reader, plot holes, irritating writing quirks and uninspiring, underdeveloped or unrealistic characters, scenarios and use of language. The structural editor uses their considerable knowledge of the craft of creative writing to bring the best out of a manuscript, combined with the benefits of their finely-tuned commercial awareness. Copy Edit: A copy edit is not as intense as a structural edit but it’s by no means less important. A good copy editor will have an eagle eye for detail, identifying errors in grammar and spelling as well as inconsistencies of tone or terminology, flagging up elements of the narrative and the story’s trajectory that don’t work. Many editors will undertake the structural edit and the copy edit simultaneously”. Mejoran la idea, rehacen la estructura, modifican el punto de vista, corrigen la sintaxis, aconsejan un cambio de tono, detectan faltas de coherencia, suprimen personajes, alteran el léxico, modifican el final, añaden material nuevo para adaptar la obra a ciertas tendencias... La Frankfurter Buchmesse, la Feria del Libro de Frankfurt, publica un *brochure* dedicado específicamente a los autores, a quienes aconseja en materia de autoedición, en red y en *print on demand*, contribuyendo de forma práctica a la revolución del *self-publishing*.

creación narrativa y artística contemporánea, que denominamos *El artista en sus laberintos* y que forman *Continuidad y ruptura. Una gramática de la tradición en la cultura contemporánea* (Alianza, 2013), dedicado a la *tradición* en relación con la creación; *El desguace de la tradición. En el taller de la narrativa del siglo XX* (Cátedra, 2011), dedicado a la *creación* (desde la perspectiva de la técnica y de la práctica del proceso creativo de los autores y de sus mecanismos); *La imaginación en la jaula. Razones y estrategias de la creación coartada*, que el lector tiene en sus manos y que está dedicado asimismo al proceso creativo (pero desde la perspectiva de los fenómenos, sociológicos y tecnológicos, que condicionan la creación), y finalmente *Lecturas de ficción contemporánea. De Kafka a Ishiguro* (Cátedra, 2008), dedicado a la *recepción* en relación con la tradición. Los cuatro estudios se interrelacionan y resultan complementarios.

Este estudio, que completa la tetralogía, no pretende proporcionar certezas, sino compartir incertidumbres que hemos querido envolver en el papel de celofán de la bibliografía y de las reflexiones ajenas para que se conserven en buen estado mientras tratamos de llegar como sea a la bocana de algún puerto, en algún lugar de la geografía de la creación contemporánea, y creer que estamos en condiciones de poder atrevernos a decir que tenemos alguna posible conjetura de futuro... No es el objetivo de este libro establecer hipótesis ni procurar predicciones, sino reconocer fenómenos, contribuir a su análisis y tratar de estimular el interés del lector por los cambios radicales que están produciéndose en el terreno de la creación artística, y que deslegitiman un modelo como el que hasta ahora se ha ido manteniendo por inercia forzando su sustitución por otro cuya descripción no está aún sino en ciernes: lo comunitario y participativo reemplaza a lo individual y solitario como lo colectivo a lo personal; la inmediatez (la inducción a la ansiedad)<sup>13</sup> releva la morigeración (la construcción parsimoniosa); aumentan las consignas creativas bajo la máscara de la libertad que la tecnología procura; la disminución (y la depreciación) de los intermediarios y la inmediatez, una vez más, y la accesibilidad al mercado, merced a la digitali-

---

<sup>13</sup> Espléndido arranque el de Bloch, arrimando el ascua de su texto a nuestra sardina de la creatividad hoy, “1. Comenzamos con las manos vacías. Me agito. Desde muy pronto se busca algo. Se pide siempre algo. [...] Pero aprendamos también a esperar”, Ernst Bloch, *El principio esperanza. 1*, Trotta, Madrid, 2004, pág. 47.

zación, disminuyen a su vez el tiempo de creación, con la consiguiente mengua en los porcentajes de autocritica, revisión y corrección; la red procura materiales ajenos que contaminan (o sustituyen) los propios; la laxitud respecto a la originalidad de la creación crece porque aumentan los procesos de remedo o apropiación, se desvirtúa o adultera el concepto de autor y de autoría, a la vez que se devalúa el proceso creativo y el esfuerzo de creación de la obra en beneficio de discursos especulativos y de *marketing* que pretenden ensalzarla por vías menos legitimadas; prima la obsolescencia sobre la perdurabilidad; las políticas y estrategias del mercado presionan y cercan al creador como lo hacen las *friendly writing tools* que transitan por Internet (que una aplicación premie al usuario que más palabras escribe no es una triaca para el veneno del bloqueo, es una estupidez: el *digital counter* de Hemingway o de Monterroso los hubiese puesto a la cola del concurso de productividad, y en cambio su laconismo o su concisión los hizo grandes<sup>14</sup>). Recelamos de los gurús que saben la respuesta antes incluso de que les haya sido formulada la pregunta. Desconfiamos de la presunta o de la aparente facilidad con la que deshacer intrincados nudos conceptuales o simplificar

---

<sup>14</sup> “Escritura sonámbula. Hay días en que escribo muchísimo y queda bien, y otros en que escribo poco y queda fatal”, Luis Mateo Díez en *Babelia*, *El País*, 27 de septiembre de 2014, pág. 19. Joseph Heller escribió *Trampa 22* trabajando de noche, tarde, sentado a la mesa de la cocina de su apartamento, en blocs amarillos sobradamente amortizados por las re-escrituras constantes, pues no se sentía obsesionado por la productividad o la competencia consigo mismo en velocidad mecanográfica o en número de caracteres por hora, *cf.*: “Yo escribo muy despacio, pero si escribo una o dos páginas al día durante cinco días a la semana, eso son trescientas páginas al año y eso ya es algo”, en Mason Currey, *Rituales cotidianos. Cómo trabajan los artistas*, Turner, Madrid, 2014, pág. 138. Un ejemplo mítico de la consciencia de la creación como un doloroso y sufrido alumbramiento, en el extremo opuesto de lo que insisten en hacernos creer hoy manuales de autoayuda literaria, *book coaches*, aplicaciones monitorizadoras como Wattpad, etc., es el de Kafka escribiendo en el 11 de febrero de 1913 en su *Diario* que el relato salió de él cubierto de suciedad y mucosidades, como en un verdadero parto. Otro lo proporciona James Joyce, “Carta a Harriet Shaw Weaver. Zurich, 20 de julio de 1919”, *Sobre la escritura*, Alba, Barcelona, 2013, pág. 47, “Adjunto la última página del primer borrador de las dos terceras partes del primer capítulo del Libro II (2.200 palabras) [*de Finnegans Wake*], que han brotado como gotas de sangre”. En *Write or Die* el bueno de Joyce no habría llegado demasiado lejos...

circunstancias excesivamente enmarañadas, como es el caso de las que en estos momentos enmarcan y condicionan los procesos de creación, determinados por factores sociopolíticos, tecnológicos y culturales de muy distinta índole. *La imaginación en la jaula. Razones y estrategias de la creación coartada* hace acopio de materiales multidisciplinares que consideramos imprescindibles para que el lector pueda hacerse una adecuada composición de lugar y tomar sus propias decisiones desde un conocimiento de causa generado por visiones acreditadas y múltiples, inevitablemente contradictorias en más de una ocasión pero ineluctablemente necesarias porque las cuestiones que este estudio trata resultan alguna vez heteróclitas y casi siempre son heterogéneas, precisando para su esclarecimiento de fuentes dispares y complementarias. Va de suyo que nos conformamos con procurarle al lector un contexto amplio en el que poder moverse en torno a las problemáticas de la creatividad contemporánea, y a sus razones y estrategias, contexto en el que poder constatar hasta qué punto el artista de hoy puede verse atrapado en laberintos distintos y todos ellos embarazosos y de setos altos y firmes: por lo menos el de la tradición, el del mercado, el de la recepción, el de la tecnología y el de la propia imaginación, que algún artista podría a estas alturas pintar en forma de *software*, de réplica, de quimera o de espacio en blanco. Este es un libro conscientemente esquemático y necesariamente abierto e incompleto, *in progress* y desnivelado porque algunos puntos del índice merecen un desarrollo y otros hablan por sí mismos y traen consigo en forma larvada su argumentación, un punto lúdico —no está reñido el rigor con la ironía— y pensamos que documentado de forma exhaustiva. No se tome el lector las abundantes y extensas notas a pie de página como una cicuta, sino como el abastecimiento de reflexiones y análisis con los que poder afrontar con algunas garantías una cuestión compleja y multidisciplinar como la que se trata aquí. Y tenga en cuenta que las imágenes que cierran cada capítulo no son en modo alguno accesorias o meramente suplementarias; constituyen parte sustancial del propio estudio y, en algunos capítulos, su contenido esencial. Las que reproducen artistas en sus talleres proceden de Pinterest, así como los manuscritos han sido espigados en su mayoría de la web de *The Paris Review*. La imagen de Picasso iniciando el primer trazo de un nuevo cuadro, o la del esfuerzo físico de Brancusi aserrando la anónima e inerte madera que devendrá excitante escultura, o la fotografía de la factoría en la que Koons no trabaja porque es autor de las

ideas pero no de su ejecución, o los esquemas y correcciones en los originales de Henry Miller, de Camus, de Philip Roth, de Stephen King o de Jonathan Lethem, reliquias más y menos antiguas del plan de trabajo que convierte la creatividad en *obra*, de la autocrítica y del esfuerzo del proceso creativo desde los albores del siglo xx a la actualidad, en la que la torre de marfil compite con Twitter o con Wattpad. Imágenes de cuadros que reproducen los talleres en los que han sido creados. Y capturas de pantalla de *apps* y de webs de fomento de la creatividad y de monitorización de la escritura creativa, catálogos de editoriales y agencias internacionales para que advierta el lector el modo en que también la tiranía del mercado tienta, encauza o coarta la creación. Muchas revoluciones simultáneas están teniendo lugar en el terreno de la creación. Este libro no alienta ninguna de ellas en especial, pero sale a la calle para escuchar el ruido que todas producen. Mientras tanto, la imaginación, en efecto, está mutando. Un juego de espejos deformantes nos la hacen ver más fecunda, cuando en realidad parece que mengua porque no produce, reproduce.



1.1. HACIA UNA TENTATIVA DE DEFINICIÓN DE LA IMAGINACIÓN EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA. CREATIVIDAD, EXPERIMENTACIÓN, INDEPENDENCIA, TRANSGRESIÓN, INNOVACIÓN. DE LA IMAGINACIÓN FABULADORA (UN NUEVO TODO) A LA IMAGINACIÓN ASOCIATIVA (UNA SUMA NUEVA DE PARTES)

Una tradición consolidada, sarmentosa de historia acumulada, acota tanto las posibilidades que apenas queda lugar para las variaciones. [...] Las innovaciones, si se dan, permiten, a su vez, abrir cauces para otras innovaciones. En los casos extremos, muy raros, llegan a recomponer el paisaje hasta acabar por establecer un nuevo juego de convenciones, de normas. En todo caso, la innovación, la creatividad, se dará, pero siempre sobre el trasfondo de las prohibiciones

FÉLIX OVEJERO LUCAS, *El compromiso del creador. Ética de la estética*