

El ethos creativo. Paradojas del modo de vida creativo

The creative ethos. Paradoxes of creative lifestyle

Celso Sánchez Capdequi

Univ.Pública de Navarra
celso.sanchez@unavarra.es

Resumen

El trabajo pretende analizar el significado de la creatividad en nuestras sociedades. Se centra en el nuevo imaginario de la creatividad y en el ethos creativo asociado con él. En sociología y en filosofía la creatividad ha sido considerada más como una posibilidad que como un hecho social. Los trabajos de C. Castoriadis, S. Eisenstadt y H. Joas son expresión de ello. Pero la reflexión de A. Reckwitz revela un aspecto relevante de lo creativo en el presente: se ha convertido en realidad institucional y en fuente de normalidad. Su valor de cambio y transformación social ha perdido importancia. Define la normalidad en las biografías individuales y en las instituciones. Todas ellas deben ser originales como condición de su supervivencia. La economía, la ciencia, el arte, la cultura, la identidad incluyen la creatividad como símbolo transversal de la sociedad moderna. La conclusión de esta descripción sería que la creatividad ha cambiado su significado social y que eso introduce nuevos desafíos en el debate social.

Palabras clave: creatividad; cambio; imaginario; símbolo; institución.

Abstract

The paper intends to analyze the meaning of the creativity in our societies. It centers on the new imaginary of the creativity and on the creative ethos associated with it. In sociology and philosophy the creativity has been considered more as a possibility than a social fact. The contributions of S.Eisenstadt, H. Joas and C. Castoriadis are expression of it. But the reflection of A. Reckwitz reveals other relevant aspect of the creativity in the present: it has become institutional reality and the source of normality. Its value of social change and transformation has lost importance. It defines the normality in the individual biographies and in the institutions. They must be original as condition of their survival. The economy, science, art, culture, identity include the creativity as transversal symbol of modern society. The conclusion of this description would be that the creativity has changed its social meaning and it introduces new challenges in the social debate.

Key Words: creativity; change; imaginary; symbol; institution.

Recepción: 27.10.2017

Aceptación definitiva: 5.2.2018

Presentación

Si hasta no hace mucho tiempo la creatividad era privilegio de una minoría social normalmente ligada a la actividad específica del arte, en nuestra sociedad ha pasado a ser una de las notas básicas que definen el modelo actual de convivencia. De algún modo, se ha convertido en el destino de la época que obliga a todos y cada uno de los individuos, en todos y cada uno de sus espacios sociales (profesión, vida afectiva, familia, ocio), a vivir creativamente su existencia. En el origen burgués de la modernidad el arte, el artista y el valor de la originalidad se correspondían con la actividad artística ya diferenciada de la experiencia religiosa y con un sector (subsistema) social situado en la periferia y alejado de las zonas de dirección y gestión de la sociedad y de producción de riqueza material.

En el escenario de la teoría de la modernización dominado por la lógica de la especialización y la fragmentación funcional, el arte y el artista, en concreto, el artista dotado de un genio connatural, cuasi-visionario y espontáneo, constituía el contrapunto necesario de un modelo hegemónico de racionalidad teleológica garante de la estabilidad del orden social. La inmensa mayoría de la sociedad vivía como exigencia ineludible la adopción de un modo de comportamiento basado en la disciplina y el control metódico de la conducta. De igual modo, este esquema de extrema regulación del comportamiento se da en el capitalismo fordista de principios del siglo 20 muy centrado en la psicología del control, la planificación de la actividad económica a gran escala y la producción masificada. En sendos momentos de la modernidad sólo una minoría privilegiada por sus dotes creativas configuraba ese nicho social de los artistas cuyas prácticas escapaban al modelo productivista que imperaba para el común de los mortales.

En este orden de cosas, si Weber decía que "el puritano quiso ser hombre profesional, nosotros debemos ser" (Weber, 1987: 258), en la tardomodernidad podemos afirmar algo semejante en el sentido de que lo que hace dos siglos era un privilegio de una minoría, la vivencia artística, hoy se ha convertido en el modelo rector para el conjunto de la sociedad. La sociedad de principios del siglo 21 ha cambiado sus estructuras, instituciones y valores. De algún modo, todos tenemos que *ser creativos*. Ya no es que *podamos*, es que *debemos serlo* (Reckwitz, 2012: 10). Ese tono de excentricidad, cuando no de extrañeza, del artista de la modernidad burguesa, se ha democratizado y define las características de *la normalidad social*. El arte ha dejado de ser *nicho* para constituirse en *centro denso* de la sociedad. Todo individuo es creativo (McRobbie, 2002). Estamos ante una transformación de calado *cultural* que da forma a los desafíos y retos a los que debe responder inexorablemente el actor contemporáneo. Antes que cualquier otra cosa, éste debe *ser original, aportar novedad y despertar emociones* en el entorno social con motivo de sus actividades económicas, profesionales, familiares y afectivas. Ya no basta únicamente con actuar en el mundo y con los otros desde el paradigma de la eficacia. La atmósfera social contemporánea obliga a algo más: hay que despertar los afectos del público al calor del potencial creativo que todo individuo lleva consigo.

Asimismo, las instituciones sociales incorporan la experiencia creativa en sus modelos de gestión y se habla en nuestros días de *la economía creativa, las ciudades creativas, la empresa creativa, etc.* Las instituciones integran la creatividad y la innovación como mecanismos de respuesta ante los desafíos de la globalización que imponen equilibrios precarios y transitorios. Se podría hablar, por tanto, de una idea de creatividad que proyecta el perfil social del *artista* (y de la experiencia estética) en el conjunto de los actores e instituciones en detrimento del *especialista* de la modernidad burguesa. En este sentido, la creatividad constituye el concepto *sagrado* (Bröckling: 2013) de nuestro tiempo ya que de puro circular y transitar por el conjunto de la sociedad su presencia se ha rutinizado y convertido en un *hecho social* incuestionado.

La nueva situación definida por la normalización (y, por momentos, la rutinización) de episodios de vida creativa en todos los sectores de la sociedad trae consigo transformaciones en lo que respecta a los portadores de la creatividad. Si en la modernidad burguesa lo creativo recaía en el reducido y marginal entorno social de los artistas románticos, en la actualidad le corresponde a todo individuo. No sólo *la clase creativa* de la que habla Florida, no sólo *el campo artístico* que fue glosado por Bourdieu, no sólo la figura del *genio* que elaboró sociológicamente Elias, constituyen expresiones exhaustivas de la creatividad en nuestros días. *Cada individuo, todo individuo*, en cualquier ámbito de la sociedad, vive como anhelo y como exigencia el desafío de generar originalidad y novedad. Ya sea en las relaciones afectivas, familiares, profesionales, solidarias, el plus emocional de la novedad creativa se vive por el actor como propósito de obligado cumplimiento. En especial, en el plano de la identidad la creatividad juega un papel destacado. En la cultura de la imagen ser es *ser creativo*, imaginarse y reinventarse en el juego de impresiones de *la teatrocraía social* (Greppi, 2016) en la que vivimos.

Este nuevo “ethos creativo” se encuentra operativo en las estructuras del mundo de la vida de la sociedad global. Se trata de un hecho vertebrador de la experiencia cotidiana que, paradójicamente, amplía el horizonte de expresión individual y, al mismo tiempo, aboca a crear e innovar. La dimensión de la creatividad estética ha irrumpido en los últimos treinta años como cauce configurador de hábitos, instituciones y expectativas sociales. Y no lo hace autolimitándose a sectores de la sociedad especialmente dedicados a la expresividad afectiva. Su proceso de expansión ha filtrado las rígidas paredes del edificio tecno-económico y ha pasado a formar parte del sistema productivo y del conjunto de la sociedad. Se ha producido algo inesperado a la luz de las teorizaciones sociológicas iniciales que anunciaban una oposición irreconciliable entre la razón y la expresividad: éstas no se oponen, antes bien coexisten, conviven y se complementan *hasta el punto de que se puede hablar de una homología entre sendas actitudes ante el mundo*. Lo que se denomina en la literatura sociológica “capitalismo estético” o “capitalismo creativo” constituye buena prueba de que la llamada riqueza económica hoy es imposible sin la impronta de *novedad original* y sin las competencias motivacionales de la creatividad estética. El elemento de innovación, directriz en

el discurso económico de nuestras sociedades, refleja el nuevo imperativo de la creatividad que no concibe la empresa económico-capitalista sin un constante replanteamiento de los métodos de trabajo y modos de organización, pero que además añade un aspecto ineludible: *la creación constante de novedad bajo la formar de signos, emociones y experiencias afectivas.*

Precedentes del problema

El tratamiento de la creatividad no ha sido común y habitual a lo largo de la historia del pensamiento social. La sociología y las ciencias sociales en general –con excepciones como Simmel, Benjamin y Marcuse- han descuidado su estudio debido a la hegemonía de la narrativa de la secularización y la racionalización occidental (Reckwitz, 2012: 115). La modernidad burguesa arrinconó a la creatividad desde el momento en que se trataba de una facultad inoperante y prescindible en los grandes centros de decisión. Su actividad contravenía las exigencias de cálculo y previsión de la mentalidad planificadora del *ethos calvinista*. Constituía la visión antagónica al modelo de subjetividad burgués basado en la pulsión productivista disciplinada y sistemática. La creatividad quedaba en manos de una minoría social especialmente dotada para la creación de belleza y marginada en los entornos de la bohemia urbana. Su carácter imprevisible y aleatorio expresaba el polo opuesto de un modelo de sociedad que imaginaba la consolidación del orden social a partir de la metáfora del *jardinero* de la que habla Bauman. Las capacidades ajenas y extrañas a la razón tales como la inspiración, la intuición, la imaginación, etc, alejan a la experiencia creativa de un contexto de interacción forjado a base de planes y cálculos y sin espacio para la sorpresa y la contingencia.

Desde los años 70 del siglo pasado el paradigma de la Teoría de la modernización clásica ha perdido el impulso que convirtió la racionalidad funcional en esquema universal de diagnóstico y cambio social. Fruto de una larga cadena de transformaciones culturales que han ido sucediéndose en el tiempo reciente como las vanguardias artísticas de comienzo de siglo 20, las revoluciones neoexpresivistas del *yo emocional* de mitad de siglo pasado y la reciente emergencia del capitalismo estético dirigido a la producción de ideas, signos y emociones, asistimos a la génesis de una atmósfera simbólica inédita. En ella, la creatividad deviene valor, esquema directriz de los horizontes de acción, marco de representación y referente normativo en la identidad, contextos familiares, profesionales y afectivos. De algún modo deja de ser monopolio de espíritus geniales y pasa a *normalizarse y a integrarse en las tramas ordinarias de la existencia*. Se trata de un cambio de índole axiológico que deja su impronta en órdenes tan variados de la vida social como el empleo del perfil del actor creativo en la práctica de la psicología, los modelos educativos centrados en la creatividad infantil, la organización semiológica de la ciudad, los sistemas de producción postburocráticos basados en la motivación personal, la estructura elástica y adaptativa de las organizaciones, etc. Estaríamos ante lo que algunos teóricos denominan *el dispositivo de la creatividad* (Heubel: 2002).

En sintonía con estos cambios profundos de las ya caducas estructuras sociales del mundo postindustrial, postburgués y postfordista que culminan en la era de *la conectividad virtual*, en los últimos veinte años han comenzado a surgir ciertos esfuerzos teóricos orientados al esclarecimiento de la noción de creatividad. De gran interés son tres líneas de investigación que se corresponden con otros tantos niveles de la realidad social.

Por un lado, los trabajos que desde los años 90 ha realizado el sociólogo alemán Joas a partir del legado del pensamiento pragmatista personificado especialmente en Mead. Una de las obras iniciales de Joas (1992) *La creatividad de la acción*, explora los supuestos epistemológicos de la modernidad centrados en la noción de individuo cuya hipóstasis en la reflexión social y sociológica ha supuesto la omisión de la noción de creatividad. Joas afirma que el pensamiento moderno se explica sobre la base de un yo cognitivo distanciado del mundo, reducido a una res pensante sin anclaje corporal, carente de conexión con las tramas intersubjetivas y vaciado del componente motivacional. Básicamente resalta la imagen de un actor que *sigue reglas* de tipo económico y moral y que no se pregunta por las condiciones de posibilidad de las mismas. Esta no es una cuestión menor. No en vano, en el curso de la modernidad el actor social se juega la conquista (o no) del ideal moderno de *la autonomía*. Este actor quiere darse a sí mismo las normas de convivencia en las que representa y expresa sus valores. Por eso mismo, en ausencia de esta pregunta se dificulta en grado sumo la percepción de ese fondo espontáneo a partir del cual los actores diseñan proyectos e ilusiones tendentes a responder creativamente ante situaciones de bloqueo. La creatividad consiste en la capacidad de respuesta de los actores sociales ante contextos que erosionan los consensos morales y cognitivos necesarios por la coordinación de la vida intersubjetiva. Irrumpe en la sociedad con una elevada carga de contingencia y, por ello, en sus contenidos y en sus efectos, contiene elementos de aleatoriedad ajenos a cualquier tipo de previsión científica. Joas se acerca a la creatividad atendiendo a su carácter *estructural* en la acción intersubjetiva desde el cual se abren otras líneas de reflexión e investigación en zonas tan centrales del pensamiento sociológico como el cambio social, el surgimiento de los valores, el cuestionamiento de la secularización, etc.

Por otro lado, la investigación realizada por Eisenstadt inaugura otra vía de análisis más atenta a los desarrollos actuales de la modernidad y cuyo punto de partida es la creatividad inherente a los complejos civilizacionales de nuestro tiempo global. Sirviéndose de los trabajos de Jaspers (1965) en torno a las civilizaciones axiales su mirada persigue el curso histórico de estas revoluciones que culminaron en torno al s.V a.C. con el surgimiento de las religiones universales (judaísmo, cristianismo, budismo, confucianismo, etc.), cuyo rasgo común no es otro que la aparición de la autoconciencia humana acerca de su libertad de acción y decisión. Eisenstadt (1986) traslada la idea de creatividad al *debate civilizacional* toda vez que subraya que en todas las civilizaciones axiales reside la potencialidad social en sus actores de replantearse la actualización de la tradición y la modernización de sus estructuras en sintonía con los requerimientos técnicos, políticos, religiosos y culturales de cada tiempo. Su foco de

interés radica en la explicitación de una creatividad omitida por la sociología de la modernización occidental que constituye la fuerza dinamizadora de todas las tradiciones axiales que llegan a nuestros días y que hacen imprevisible los desarrollos contemporáneos de cada uno de ellos. Frente a las argumentaciones centradas en la autonomía de lo estructural (economía, política, técnica), Eisenstadt pone el interés en un episodio histórico en el que los actores sociales se autodescubren como cuerpos agentes dotados de la capacidad de intervenir libremente en sus escenarios de acción. Las revoluciones axiales reclaman su atención porque desde ese episodio histórico la indeterminación de la creatividad social se constituye en un avance estructural de la especie humana que convierte a la autorreflexividad en un recurso corrector y catalizador de inercias y rutinas sociales (Donald, 1991). De esta guisa, la modernidad no sería producto típica y exclusivamente judeo-cristiano (secularizado), sino un desafío ineludible que toda civilización axial, en cada tiempo histórico concreto, puede afrontar ofreciendo respuestas múltiples y varias. En este sentido, Eisenstadt promueve lo que en el análisis sociológico de los últimos años se ha dado en llamar el debate en torno a *las modernidades múltiples*.

Por último, cabría destacar la obra de Castoriadis (1989) en torno al *imaginario* que desde los años 70 ha ocupado un zona intermedia entre el psicoanálisis, la filosofía y la sociología. La pregunta de partida es de *carácter ontológico* ya que se interroga por las condiciones de posibilidad del orden social sin tomar como punto de partida las potencialidades de la conciencia (cartesiana). Este enfoque se aproxima a la creatividad en el intento de responder a la tradición de la filosofía occidental (Platón, Aristóteles, Hegel) que piensa el ser como *una realidad autorreferencial, abstracta e inteligible* y aleja del núcleo de reflexión el apartado de los accidentes que desbarata cualquier explicación ahistórica. Castoriadis redefine el ser como *por-ser* desde el momento en que convierte en el centro de su interés la inextinguible capacidad creativa del fondo imaginario a partir del cual la acción social inventa desde la indeterminación y, posteriormente, piensa desde la determinación. Ante esta reflexión de alcance filosófico la respuesta no es otra que la existencia de un fondo creativo anónimo e impersonal que habita las infraestructuras inconscientes de la sociedad en las que se cargan afectivamente las imágenes y metáforas con un elevado potencial de identificación social. La inextinguible actividad del imaginario explicaría la producción de mundos instituidos de significado que no derivan de la capacidad lógica de la conciencia moral y técnica y que, por ello, cuestionan desde su efervescencia magmática la tradición de la modernidad cartesiana porque la relación del hombre con el mundo y con los otros hombres siempre es semántico-imaginaria antes que estrictamente racional. De este modo, todo orden social, por muy clausurado en torno a la conciencia racional que se presume, es producto de *un mito o sueño colectivo* (Campbell), que estabiliza simbólicamente a través del engranaje institucional los valores y las significaciones socialmente compartidas.

Más allá de las propuestas teóricas en torno a la creatividad, ha surgido en los últimos 30 años otra aproximación de carácter *cultural* centrada en los valores que predominan en nuestro tiempo y que animan al conjunto vario y diverso de nuestras creencias y prácticas sociales. Además del enfoque social (Joas), civilizacional (Eisenstadt) y ontológico (Castoriadis), esta zona de reflexión medita sobre las mutaciones axiológicas que se han abierto paso en nuestros modelos sociales y que ven en la creatividad su elemento estructural. Un precedente teórico de este enfoque lo aporta Taylor (2006) cuando propone la idea de que desde los movimientos culturales de los años 60 se ha afianzado el ideal del individuo autoexpresivo como respuestas a los excesos del individuo utilitarista. Precisamente por su calado cultural, la creatividad ofrece un retrato social de la sensibilidad vigente basado en las correspondencias entre distintos niveles de la experiencia social.

Primero, la experiencia creativa consistiría en la producción de novedad y originalidad como respuestas a las rutinas estandarizadas que han ahogado simbólicamente a una cultura moderna supeditada a una acción reglada y sumida en el dominio técnico de la experiencia. Esta creatividad encontraría su raíz en el discurso de origen romántico centrado en la capacidad auto-expresiva de los genios artísticos capacitados por sus competencias creativas para generar alteridad y abrir las puertas a lo extraordinario en el dominio inmanente. Desde su origen, el romanticismo del siglo 18 defiende el ideal del artista creador como símbolo de una existencia plena e integral. Tras un proceso de secularización y desencantamiento en el que la figura del artista pierde su carga aurática, el binomio creatividad-experiencia estética definiría el clima cultural de un tiempo que hace de la creatividad recurso y destino de todos los individuos y cuya derivada final es la intensidad afectiva en las experiencias cotidianas. La creatividad no trata de un fenómeno “menor”, “adicional”, “superficial”. Encarna el modo de configurar la experiencia del hombre contemporáneo traducido a un modelo de organización social, diseño institucional, innovación tecnológica y producción económica. Ha venido para quedarse. Se expande por todos los segmentos de la sociedad y arraiga en el tejido motivacional de nuestro tiempo. Frente a la narrativa sociológica basada en el destino racionalizador y secularizador, la creatividad estética deja su sello en el paradigma de la producción e innovación y añade su aportación en términos de las nuevas mercancías inmateriales como son signos, símbolos, emociones y experiencias. El capitalismo estético y el amplio y diversificado marco de *las industrias creativas* en torno a sectores como el diseño, la moda, la publicidad, la arquitectura, el ocio, la gastronomía, etc., se explican desde la lógica cultural que exige a los actores, instituciones, organizaciones y formas de trabajo un elemento sustancial: *ser originales y generar novedad*.

Por otra parte, en sintonía con este estado de cosas la creatividad tiene mucho que decir sobre el desafío de la identidad tardomoderna. El sujeto vive como un reto irremplazable la creatividad en el territorio de la profesión, pero también, y en especial, en el de su *autoimagen*. *Ser* supone, básicamente, *ser autocreativo*. Ofrecerse como agente de novedad y estímulo

constantes. La disciplina y la abnegación del burgués protestante se diluyen. El actor tardomoderno, antes que otra cosa, es creativo consigo mismo. Y en ello se juega la identidad. Se trata de ser autocreando, primero, consigo mismo, sin dejar de serlo en el conjunto de sus actividades. En relación con este cauce postromántico dejado por “la psicología del auto-desarrollo” de autores como Maslow, Reich y Fromm y las nuevas “psicologías de la creatividad” en los casos de Bohm, Goleman y Csikszentmihalyi, el individuo se concibe como un ser expresivo, en constante desarrollo cuasi-artístico y experimental en todas sus facetas. El propósito que define toda identidad y que, al mismo tiempo, actúa como fuente colateral de desequilibrio (ansiedad, depresión, etc.), es la originalidad. Dibuja un modelo de subjetividad distanciado unilateralmente de la acción medios-fines, con un estado permanente de apertura de la conciencia y orientada por un constructivismo de lo cotidiano frente al puro realismo de lo objetivo.

En tercer lugar, el cuestionamiento del a priori productivista de la modernidad obliga, al mismo tiempo, a repensar la figura de la época moderna basada en el determinismo y la continuidad histórica. El esquema determinista que explica el devenir histórico en clave de evolución de fases y grados es sustituido por la noción de ruptura y transgresión como criterios supremos de la sociedad contemporánea. Ya no se trata de incidir en automatismos que siguen una necesidad histórica cuya desembocadura final es el presente histórico. Por ello no caben derivaciones lógicas que explicarían el ethos creativo como resultado necesario de la secuencia histórica formada por el capitalismo ascético-burgués, el capitalismo de las organizaciones, el capitalismo des-regulado y el capitalismo estético. Más bien, habría que meditar seriamente sobre el surgimiento de la sensibilidad estética de la creatividad teniendo en cuenta el déficit afectivo alentado en los inicios de la modernidad por el sobrepeso adquirido por las formas de la racionalidad teleológica. Se trataría con ello de explicar la modernidad creativa y su expresión productiva sin el argumento de la secularización y la racionalización e incidiendo en una forma de vida que ya no se reconoce en la línea recta de la vieja Ilustración y que reivindica el derecho a la ruptura, la subversión y la experimentación como nuevo código de comportamiento.

Por último, el surgimiento del ethos creativo no se explicaría, por tanto, en clave de un proceso paulatino de emancipación humana ya consumada. No se trata del momento definitivo de la liberación humana libre de contradicciones. No en vano, su institucionalización conlleva nuevas tiranías y disonancias, nuevos desajustes y desequilibrios que le alejan cualquier ideal de plenitud definitiva en la vida social. Una cosa es que el modelo del artista se haya asentado con carácter universal y otra cosa que todos los individuos puedan acceder a tal condición. En ese sentido, la modernidad estético-creativa debe analizar hasta qué punto es producto de la creatividad de la modernidad radicada en ese fondo imaginario del que habla Castoriadis. Hablamos de una creatividad normalizada en la tardomodernidad como un *hecho social*, como algo objetivo que sazona el conjunto de las instituciones contemporáneas. Este hecho se estudia

en menor grado como resultado de un *hacer social* constitutivo de toda vida social. Precisamente esta omisión del hacer y esta saturación del hecho explicaría que, según en qué casos, la modernidad estético-creativa pudiera ser considerada como culmen de un motor histórico cuya inercia descansa con carácter definitivo en nuestro actual modelo de sociedad. Una vez más, la línea y el final de la historia asoman en la reflexión social. Frente a ella, habría que recordar que *el imaginario de la creatividad* nace en *la creatividad del imaginario* sin el impulso del conocimiento teórico y desde la oscuridad del inconsciente.

Déficits de la modernidad

El actual estado de cosas centrado en la irrupción, consolidación y normalización de la creatividad como categoría nuclear del presente modelo social obliga a meditar seriamente sobre el alcance de las herramientas de análisis de la sociología. Esta ha construido su cuerpo epistemológico y categorial a partir del esquema de la racionalización y secularización de cuño weberiano. El efecto derivado de esta “mirada social” es la ceguera respecto a las cuestiones de contenido simbólico de la vida humana y social. Sobre la base de esta categorización formal y formalizadora puede explicarse la exclusión y la incompatibilidad existente entre “el ethos creativo” y “el ethos puritano-burgués”. Se trataría de dos relaciones con el mundo antagónicas, con un protagonismo desigual en la modernidad en favor del canon “instrumental”. Al mismo tiempo, el sustrato secularizador imperante en el discurso sociológico incide en el curso de la civilización moderna en la merma de expresividad afectiva presente en las culturas tradicionales y en las populares-artesanales.

La narrativa sociológica predominante hasta tiempos recientes no explica ni puede explicar el surgimiento del “ethos creativo” en cuanto hecho cultural de nueva hornada. La razón estriba en que parte de la base de que las viejas herramientas de análisis han menospreciado la dimensión estético-afectiva de la acción social arrinconándola hacia la periferia del sistema productivo. La modernidad burguesa vio en ella la contraimagen de su modelo de acción que, en el mejor de los casos, complementaba y legitimaba el predominio incuestionable de la pulsión acaparadora. La figura del artista genial y del contexto social de la bohemia colisionaba frontalmente con su cosmovisión productivista basada en la conciencia moral directriz y en un modo de vida disciplinado.

Sin embargo, ese “nicho” social en los inicios de la modernidad burguesa, luego transformado en “episodio contracultural” en las postrimerías del capitalismo organizacional y fordista, hoy se ha convertido en plataforma normalizadora de las rutinas y convicciones contemporáneas. Desde ese momento fundacional del romanticismo del s.18, el potencial creativo de la modernidad se ha expandido dando pie a las vanguardias artísticas a principios del s.19 y a las expresiones contraculturales de los años 60 del s.20 hasta institucionalizarse en nuestros días como sello indiscutible del actual *modus vivendi*. Nace como “nicho” en la modernidad burguesa en la que carece de influjo alguno en sus estructuras básicas; crece como

“contracultura” en los años 60 del s.20 en cuyo episodio intenta deslegitimar la hegemonía del esquema de organización y gestión de las grandes corporaciones y producción de masas ofreciendo propuestas de autorrealización individual, diseños urbanísticos críticos con los estrictamente funcionales y, en general, una gestión de lo social basada en la auto-dirección de los sujetos. Y se acaba asentando como marco cultural que normaliza la creatividad como patrón de orientación de la acción y organización de la convivencia.

La socialidad estética específica de la tardomodernidad se define por la coexistencia de cuatro elementos. Primero, la subjetivización del artista como creador de lo nuevo, en especial, en la forma del genio original. Segundo, el objeto estético cuyo origen se encuentra en la forma de obra de arte que ofrece originalidad y ruptura con la tradición. Tercero, el público como una agregación de receptores que muestra interés por la novedad estética. Cuarto, un complejo institucional que regula la atención social del público por la vía de la crítica especializada del arte y la consolidación del canon. Siguiendo este esquema, junto a la lógica de la diferenciación funcional, se puede constatar "la desdiferenciación y la des-estetización del arte que se contrapone a su diferenciación funcional" (Reckwitz, 2012: 59). Este hecho de expansión del ethos creativo no respondería a algo parecido a una estrategia deliberada diseñada por el Estado o por el mercado, más bien parte del arte mismo. De esta suerte, puede proponerse una noción de la modernidad que se distancia de la imagen legada por la sociología clásica toda vez que "la modernidad no es sólo una maquinaria de la des-estetización, también de la estetización" (Reckwitz, 2012: 34).

Siguiendo este razonamiento, el ethos creativo no puede explicarse desde el esquema de la racionalización unilateral que acababa con el *desencantamiento del mundo*; ni desde la visión de inspiración funcional que ve en “lo económico” una mirada de la sociedad que predomina sobre el resto de los sistemas sociales en aras de una estabilización del orden social; igualmente tampoco desde las metamorfosis recientes de los propios modelos de producción capitalista “desorganizados” que “utiliza” la dimensión creativa para relanzar y readaptar sus propósitos de productividad.

Por todo lo dicho, el problema al que responde la aparición del ethos creativo tiene que ver con *el déficit de afectividad inherente al despliegue de la modernidad*. Lo que no ha entendido la tradición sociológica ha sido el carácter estructural y autónomo de los afectos en la experiencia humana. Este territorio ha quedado silenciado sobre la base de una suerte de dominio excluyente del paradigma productivista. La sociología y la filosofía han retratado los momentos de la vida social a partir de la esquematización de las ciencias naturales deudoras de leyes generales y taxonomías, todo ello a costa de soslayar el acontecimiento que supone la irrupción contingente de los afectos. Este déficit de la afectividad late tras el surgimiento de una marcada sensibilidad estética basada en una relación expresiva del actor con el entorno social y natural. El legado romántico de la modernidad se rebela y ofrece un potencial simbólico para alentar (en ocasiones, hasta el extremo) la expresividad social. Precisamente una concepción temporal no

centrada en la secuencia determinista y secularizadora de los hechos permite constatar en muchos de los eventos sociales modernos que ese componente motivacional no ha desaparecido. En este sentido, "la reducción afectiva de la modernidad no ha sido completa. Han existido desde el principio espacios y estrategias orientados a compensar la carencia de afectos" (Reckwitz, 2012: 317).

Así, en la era secular de la que habla Taylor la religión ha perdido la centralidad de antaño pero no por ello ha desaparecido. Muy al contrario, se han multiplicado sus formas de expresión en el bazar multiforme de la globalización, pero todas ellas con un matiz compartido: la vivencia plena de lo religioso como experiencia irrepetible, como acontecimiento inefable y extraordinario antes vivido que pensado. Por otro lado, la política de la modernidad no se limita a mera planificación racional de los asuntos públicos. Acoge un magma de emociones que "cargan" las expresiones tales como "progreso", "emancipación" y "justicia" transformándolos en ideales universales de carácter inclusivo. Los afectos en la política impulsan una actividad llamada a la consumación intramundana de las potencialidades de la especie humana.

Las cegueras de la creatividad

Los rasgos que definen y dan cuerpo a este modo de vida creativo pueden ofrecer una imagen equivocada de la sociedad. La bandera de la creatividad lleva a pensar que en ella preside un bienestar generalizado cristalizado en una suerte de margen de libertad de acción con el que cuentan todos los individuos y en el que se condensan sus notas de originalidad. Cada uno de los individuos vive en primera persona una expresividad que evoca la existencia de cotas de libertad inexistentes y desconocidas hasta entonces en anteriores modelos de sociedad. Sin embargo, con esta descripción de las cosas sólo se alcanza a ver una parte del conjunto. Una creatividad hiperfragmentada y fragmentaria que busca la exaltación del individuo creador y del yo por encima de otros niveles inferiores de originalidad, ¿a qué idea de creatividad se refiere? ¿hasta qué punto incluye momentos de ruptura y subversión? ¿de qué modo afecta al cambio del orden social? ¿cómo interviene en el mundo en el que vive? ¿su grado de transformación sólo alcanza el escenario biográfico y personalizado sin intervenir en el diseño de los principios básicos de la sociedad? ¿no hay algo de sospechoso en una creatividad que se ha instalado cómodamente en el orden social y como orden *des-organizado* pero orden al fin y a la postre?

Para intentar responder a estas cuestiones, paso a exponer varios argumentos que pretenden mostrar el verdadero alcance de la creatividad hoy.

En primer lugar, la creatividad, conviene repetirlo una vez más, se ha democratizado. No es, por tanto, una excepción, o una *rara avis*. Se trata de algo muy común. Creatividad y conceptos semejantes como talento, habilidades, competencia, excelencia, recalcan ese elemento característico de nuestro tiempo que incide en una capacidad universal distribuida universalmente entre todos los individuos aunque no en igual grado. Aquí reside el aspecto

diferenciador. Se trata del final del genio romántico cuyo rasgo preponderante era el gesto heroico de comunicar con lo inefable como recurso creativo de máximo nivel. Este dato define al genio. Sólo una minoría estaría en condiciones de acceder a altas cotas de la creatividad. En palabras de Bröckling (2013: 161) "la genialidad era un atributo exclusivamente definido en términos esto/lo otro, que se tenía o no. Por el contrario, la creatividad la disfrutaban todos en distinto grado: algunos son más creativos, otros menos". En este sentido, el genio desborda la esfera de la norma y se aproxima peligrosamente al terreno de la demencia o la locura. La creatividad, por el contrario, se ha normalizado y pertenece a lo que Links (1997) denomina "el normalismo flexible". El atributo "creativo" señala en la actualidad la actividad más banal y ordinaria.

Así las cosas, la creatividad no demanda un cambio social o una redefinición de los principios básicos de la sociedad. Su referencia básica es la de un orden instalado y afianzado sobre una normalización de segundo grado que, no sólo abre las puertas de la originalidad sino que aboca a ser original en la acción como aval de pertenencia al centro denso de lo más selecto. La creatividad define los límites de la inclusión y la exclusión. El componente rupturista de la creatividad se debilita desde el momento en que hace ser al orden, se instala como orden, por muy desorganizado que se presente en sociedad.

Junto a este aspecto, se da otro que reclama su atención. Como ha sido común en las ciencias sociales, la definición de creatividad aglutina todas aquellas facultades y actividades simbólicas que quedan fuera de la razón. Constituyen *el otro polo* de la conciencia diurna que ha sido la dimensión hegemónica de la acción humana. La versión ilustrada de la existencia humana expulsaba de sus dominios todo aquello que se servía de experiencias prelógicas y prerracionales para definir su umbral de normalidad. Lo creativo, por tanto, quedaba en manos de una minoría que, en el rigor calvinista de la modernidad burguesa, se situaba en los márgenes de la sociedad. Creatividad y racionalidad son polos opuestos e incommunicados. Nada saben uno del otro. Y nada pueden saber porque siguen lógicas heterogéneas entre sí. Si la primera se basa en la fusión de lo separado, la segunda incide en fisión de lo unido. Lo que aquella une, ésta lo separa.

Esta relación de oposición se mantiene en el actual modelo de sociedad. En él se prioriza la afectividad y la hiperexpresividad en detrimento de los usos de la reflexividad. De algún modo, tiene lugar lo que Weber (1985: 228) denomina para otro tiempo de oscuro recuerdo *el sacrificio del intelecto*. Este se contrae en la experiencia creativa y ésta condensa la presencia de fuerzas y potencias dotadas de encantamiento y mitificación. Como ocurrió en los inicios de la modernidad, el relato de la secularización juega un papel destacado en esta relación de oposición entre creatividad y razón ya que en él se defiende que el nacimiento del logos supone la ruptura con el mundo del mito y con las fuerzas simbólicas de lo imaginario. Estas fuerzas quiebran cuando irrumpe el logos en la historia de la especie. Este nace sin impurezas míticas y provisto exclusivamente de un potencial analítico que define desde entonces el modo de vida

del *hombre socrático*. Ya Weber explica su nacimiento producto de la racionalización que introducen en el curso de la cultura humana la religión judía y la filosofía griega.

Sobre estas bases, el debate que se abre paso remite al alcance de la creatividad sin prolongación reflexiva y argumentativa. En un mundo global que exige, además de la efervescencia creativa de lo nuevo, voluntad de entendimiento y acuerdos de carácter inclusivo y universal para la resolución de problemas que afectan al conjunto de la sociedad (ya sean guerras, crisis económicas, la inmigración, etc.), la creatividad y las instancias de encantamiento necesitan imperiosamente de la lógica del discurso para articular esa novedad y consolidarla como consenso universalmente convalidado. Sólo así puede insertarse en los desafíos de su tiempo y no quedarse en un esteticismo autorreferencial a modo de huida de la realidad. No basta con la irrupción de lo magmático de lo sorprendente ni con la originalidad de la espontaneidad social. Siendo todo esto necesario, su fuerza transformadora ofrece capacidad de respuesta a la sociedad porque abre las puertas de lo desconocido y lo inexplorado, porque impulsa una actividad de reflexión y argumentación mantenida en el tiempo, atenta a distintas opciones de articulación y cristalización institucional y sabedora de su capacidad de autocorrección discursiva. La relación de la creatividad con los problemas de su tiempo exige de ella una continuidad con las facultades de la razón por la cual la novedad incondicionada anuncie entendimiento y convalidación de alcance global. Lejos de promover expresiones espontáneas, locales y particularistas, la creatividad debe comprometerse con la realidad social globalizada que exige diálogo y lucidez, nunca respuestas unilaterales.

En último lugar, conviene meditar seriamente el alcance de la creatividad en un contexto en el que la trascendencia se ha debilitado. Se trataría de seguir sus efectos renovadores sin el impulso de la trascendencia, sin el sueño de transformar el más-acá con arreglo al modelo del más-alla. A este respecto, autores como Jaspers, Schwartz, Weber y, más recientemente, Eisenstadt, Bellah, Joas, Arnason y otros han centrado gran parte de su interés científico en lo que el propio Jaspers denominó *el tiempo-eje o el tiempo axial*. Con esta expresión este autor analizó el período histórico de mitad del siglo I a.C. en el que se detecta el surgimiento de civilizaciones y religiones (*universales*, en expresión de Weber) como Grecia, el Judaísmo, el Cristianismo, el Confucianismo, el Budismo, el Zoroastrismo y, más tarde, El Islam, que comparten en sus estructuras cognitivas *el eje dualista trascendencia/inmanencia* y la noción de *agencia creativa* como destino natural de la criatura humana. Frente a las sociedades arcaicas que se articulaban en torno a una *visión monista* centrada en el misterio del ciclo natural, la era axial remite al episodio cultural en el que, junto a la trascendencia, irrumpe la teoría y la reflexividad como recurso estructural de la evolución sociocultural. Estos debates aceptan la ruptura histórica que introduce el período axial en la conciencia humana desde el momento en que todos los programas culturales de estas civilizaciones anida la noción de reflexividad y trascendencia. Esta última noción *dinamiza la relación entre los actores y el orden social* ya que con ella "surgen las ideas sobre la necesidad fundamental de la reconstrucción del orden

mundano" (Joas, 2014: 7). El elemento movilizador de los ideales universalistas de estas religiones obliga a los actores a meditar el modo y la manera de actuar en el diseño de lo intramundano. Al decir de Jaspers (1965: 20-21): "esto resulta de la reflexión. Un día la conciencia se hace consciente de sí misma, el pensamiento se vuelve hacia el pensamiento y lo hace su objeto. (...) En todos los sentidos, se pone el pie en lo universal". Más en concreto, la aparición de la trascendencia coincide con los primeros pasos de una reflexividad que, lejos de detenerse en la experiencia concreta, comienza a preguntarse por *las condiciones de posibilidad* de las representaciones sociales. Surge *el pensamiento de segundo grado* (Elkana, 1986) que abre las puertas a la indagación filosófica y a los debates políticos relativos a la indeterminación de los fundamentos sociales y a la posibilidad de su reconstrucción creativa.

Trascendencia, pensamiento universal y cambio social van de la mano desde el surgimiento de las civilizaciones axiales ya que la dimensión sagrada de realidad inspira líneas de acción social, dibujos y narrativas en torno a la reconstrucción del orden social con arreglo a aquella. Dado este contexto, "las visiones utópicas fueron otros elementos comunes que aparecieron en estas civilizaciones. Eran visiones de un orden social y cultural alternativo situado más allá del tiempo y del espacio. Estas visiones incluían muchos de los elementos milenaristas y de renovación que se encontraban también en las religiones paganas, pero desbordándolos al combinar estos elementos con un énfasis en la necesidad de construir el orden mundano de acuerdo a los preceptos del orden supremo" (Eisenstadt, 1986: 11). La tensión irreconciliable entre los dos planos de la realidad hace imposible el acceso directo de los actores al misterio del mundo. Sólo caben *aproximaciones simbólicas* a pesar de que el estamento clerical pretende apropiarse de la versión oficial. De ese modo, se multiplican las posibles interpretaciones del simbolismo trascendente y tiene lugar el conflicto hermenéutico de ideas catalizado por los (primeros) intelectuales (como escribas, profetas, filósofos, yoguis, *literati*, etc.) a través de cuya actividad divulgadora e instructiva se hace "posible, por primera vez, imaginar transformaciones dirigidas a un fin. A través de la eficacia de las ideas, que tienen su origen en la era axial, aparece también una nueva dinámica social" (Joas, 2014: 7).

Conclusiones: los titubeos de la creatividad

El rasgo singular e inédito de nuestro tiempo que a largo de la historia humana ha sido un rasgo de excelencia y distinción hoy forma parte de la biografía de todos los actores sociales. Si acaso como exigencia social, la creatividad se inscribe en el centro de los usos sociales y moldea los límites inclusivos de la sociedad. Sin duda alguna, condicionamientos sociales como la extracción social, el capital cultural, la variable de género, etc., explica, en muchos casos, la exclusión de la mayoría de individuos de ese nuevo *Olimpo intramundano* (que es la creatividad). Como no podía ser menos, su vigencia como valor incluye contradicciones. Y, por ello, además de en sus des-hechos, habría que pensar en sus procesos de institucionalización. En la literatura filosófica y sociológica no es algo que preocupa. Existen posicionamientos

favorables o des-favorables, adaptadas o distanciadas ante la creatividad. Pero no será un propósito menor meditar sobre la creatividad instituyente. El peligro es dar por supuesto que *la historia termina aquí* con un grado de evolución y desarrollo para el conjunto de los individuos impensable tiempo atrás. Reducir la creatividad a lo instituido supone sin más reafirmar el actual estado de cosas. Y, de ese modo, ocultar otros ecos de creatividad que lo hicieron posible.

Referencias

- Donald, M. (1991). *Origins of Modern Mind*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Elkana, Y. (1986). The Emergence of Second-Order Thinking in Classical Greece. En S.N. Eisenstadt (Ed.), *The Origins and Diversity of Axial Age Civilizations* (pp. 50-60). Nueva York: State University of New York Press.
- Eisenstadt, S.N. (Ed.). (1986). *The Origins and Diversity of axial Age Civilizations*. Nueva York: State University of New York.
- Greppi, A. (2016). *Teatocracia. Apología de la representación*. Madrid: Trotta.
- Heubel, F. (2002). *Das Dispositiv der Kreativität*. Darmstadt: Technische Universität Darmstadt.
- Jaspers, K., (1965). *Origen y meta de la historia*. Madrid: Revista de Occidente.
- Joas, H. (1992). *Die Kreativität des Handelns*. Frankfurt del Meno: Suhrkamp.
- Joas, H. (2014). *Was ist die Achsenzeit? Eine wissenschaftliche Debatte als Diskurs über die Transzendenz*. Basilea: Schwabe Verlag.
- Link, J. (1997). *Versuch über den Normalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- McRobbie, A. (2002). Jeder ist Kreativ. En J. Huber (Ed.), *Singularitäten-Allianzen* (pp. 37-59). Viena/Nueva York: Springer.
- Reckwitz, A. (2012). *Die Erfindung der kreativität*. Francfort del Meno: Suhrkamp.
- Taylor, Ch. (2006). *Las fuentes del yo*. Barcelona: Paidós Surco.
- Weber, M. (1985). *El político y el científico*. Madrid: Alianza.
- Weber, M. (1987). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.