

Creatividad de la Acción y Acción Creativa

Javier L. Cristiano
 Centro de Estudios Avanzados,
 Universidad Nacional de Córdoba

La intención de esta ponencia es traer una palabra al universo de la teoría sociológica y, particularmente, de la teoría de la acción. Se trata de una palabra - *creatividad*- que por supuesto no es nueva ni completamente ajena a nuestro ámbito, pero que aparece sólo ocasional y marginalmente¹, nombrando realidades imprecisas y sin aspiraciones conceptuales. Aclaro desde ya que hay una excepción, la de Hans Joas², a la que dedicaré un momento de la exposición siguiente. Pero Joas cumple aquí una función de estímulo e inspiración: haber despertado la corazonada de que la idea de creatividad, y un posible concepto de *acción creativa*, encierran promesas que la teoría sociológica de la acción haría bien en explorar. En el vasto *después* que es la continuidad de esta investigación, Joas tiene sin duda un lugar prominente.

Trataré primero de explicar el por qué de esta corazonada, no sólo por lo que respecta al “estado de la cuestión” en teoría de la acción, sino también en referencia a nuestro particular contexto sociopolítico. Después trataré de precisar algunos matices de la idea de creatividad, no para delimitar un concepto sino para mostrar algo de su

¹ La palabra "creatividad" está ausente en los diccionarios de Sociología al uso. La *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales* le dedica dos artículos, referidos respectivamente a los "aspectos psicológicos" y "sociales", que sin embargo no hacen referencia alguna a la temática de la acción social en clave sociológica, y que ponen el acento (especialmente el de los aspectos "sociales") en la sociología del arte. Indicaciones sobre el uso genérico de la expresión pueden encontrarse Sztompka, P. (1994) "Evolving Focus of Human Agency in Contemporary Social Theory", en *Agency and Structure. Reorienting Social Theory*, Pennsylvania, Gordon and Breach.

² Joas, H. (1996). *The Creativity of Action*, Cambridge, Polity Press. La figura de Joas es relativamente poco conocida en el mundo de habla hispana, donde sólo se han traducido una compilación de artículos (Joas, H. (1998). *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*, Madrid, CIS) y su resumen y valoración crítica del interaccionismo simbólico (Joas, H. (1990) "Interaccionismo simbólico", en Giddens, A.; Turner, J. *La teoría social, hoy*, Madrid, Alianza). El centro de su obra consiste en una reivindicación del pragmatismo como instrumento clave en la actual discusión teórica de la sociología.

riqueza potencial. Por último, propondré algunas hipótesis acerca de lo que la idea de creatividad, y de acción creativa, puede reencaminar o provocar en las discusiones contemporáneas sobre teoría de la acción. Aclaro, por si hiciera falta, que se trata de consideraciones preliminares, que esperan y requieren desarrollos y precisiones futuras y que me atrevo a plantear aquí a manera de pequeño avance de una investigación *in progress*.

I

El por qué de la coronada entonces. En general no es necesario batallar hoy, como en su momento lo hizo Denis Wrong, contra la "concepción sobresocializada del hombre". Por lo menos en el universo conceptual de la sociología, y excepción hecha de quienes, como Luhmann, rechazan la pertinencia del problema de la acción, existe un consenso amplio respecto de dos cosas:

1. la acción humana, individual y colectiva, es un problema teórico medular e ineludible;
2. lo es porque no se limita a reproducir o "portar" estructuras preexistentes, sino que de algún modo activa o produce esas "estructuras".

Menos evidente, y de hecho más importante, es lo que podríamos llamar un *velado sesgo reproductivista* de la teoría de la acción contemporánea. Quiero decir con esto que, si bien se reconoce expresamente que las acciones humanas portan el germen del cambio, que en ellas anida el principio no sólo de la continuidad sino también de la transformación, el grueso del bagaje conceptual parece *mejor dispuesto* para entender los procesos de reproducción que los de transformación. Menciono rápidamente tres ejemplos:

Habermas declara que el aspecto sociológico de su "teoría de la acción comunicativa" comparte con el resto de la sociología de la acción el "prejuzgar" la

teoría de la acción limitándose a analizar "los conceptos de acción social sólo en conexión con conceptos relativos al orden social"³. Traducido: la teoría de la acción cumple funciones teóricas en el marco de la explicación del orden, esto es, de la regularidad y estabilidad de las interacciones. Lo que es válido incluso para una teoría de la acción comunicativa, a pesar de su énfasis en la capacidad de los actores para *producir* mundos a partir del acuerdo discursivamente motivado.

Giddens afirma que su Teoría de la Estructuración puede entenderse como un desarrollo de la afirmación de Marx, según la cual los hombres hacen la historia pero en condiciones que no han elegido. Lo que es un reconocimiento del carácter activo de la acción (*estructurar* es de hecho un verbo), que Giddens afirma y sostiene con vigor. Sin embargo, dice al mismo tiempo que la cuestión fundamental de la teoría social es el "problema del orden"⁴, y de hecho es mucho más fácil, equipado con sus herramientas teóricas, comprender por qué y cómo los órdenes se reproducen y sostienen que comprender por qué, cómo y de qué modo cambian como consecuencia de la acción.

Lo mismo puede decirse del esquema conceptual de Bourdieu. Las prácticas son no sólo estructuradas sino *estructurantes*, y los hábitus proporcionan patrones flexibles de intervención en el mundo. Pero cómo y cuándo esa flexibilidad se pone de manifiesto, y sobre todo con qué resultados, es algo que, aunque forme parte de los supuestos básicos del esquema, resulta más incómodo de dilucidar que, por ejemplo, las estructuras y dinámicas de los "campos" ya constituidos.

Es cierto que este sesgo reproductivista es también un sesgo realista, en el sentido de que la acción y las prácticas tienen en general una capacidad minúscula para conformar el entorno. Pero de ello no puede inferirse que sea irrelevante disponer de herramientas teóricas para la ruptura y la novedad, creo que al contrario.

Es en este punto que la idea de creatividad y de acción creativa buscan su lugar. Predicar creatividad de la acción no es decir simplemente que en la acción anida el germen del cambio, sino indicar el modo (uno de los modos) en que ese potencial puede

³ Habermas, J. (1994). "Observaciones sobre el concepto de acción comunicativa", en *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Madrid, Cátedra. Pp. 479 – 80.

⁴ Giddens, A. (1995). *La constitución de la sociedad*, Buenos Aires, Amorrortu. P. 70.

hacerse efectivo. Dicho llanamente: mostrar una propiedad o propiedades de la acción en las que su potencial del cambio se realiza o por intermedio de las cuales se realiza..

Que esta dimensión específica le falta a la teoría de la acción al uso es algo que podría discutirse y que debiera demostrarse. Aquí me limito a afirmarlo sumariamente, aclarando que al decir *le falta* quiero decir que le falta *teóricamente*, es decir, como desarrollo categorial específico que esté a la altura, por ejemplo, de lo mucho que se ha dicho y que sabemos sobre las propiedades del conocimiento práctico o la acción racional con arreglo a fines. En resumen, la idea de creatividad aspira a llenar ese vacío relativo de teorización en un aspecto de la acción cuya importancia no hace falta fundamentar.

Si esta insuficiencia puede ser sentida en el hemisferio norte -y para ser precisos, en los cuatro o cinco países europeos, más los Estados Unidos y el resto de los países anglosajones que son centros productores de teoría sociológica- tiene que serlo más en contextos como el nuestro. Y no por prejuicios sobre la mayor o menor "creatividad" de las culturas sino, más sencillamente, por el carácter inconsistente y endeble de nuestras instituciones. Los marcos de referencia de la acción son aquí endémicamente evanescentes, y eso vuelve más visible y más importante la cuestión de las destrezas y habilidades de los actores en general, y de sus destrezas creativas en particular. Los ahora distantes acontecimientos de fines de 2001 expresan esta particularidad en su forma extrema, como suele ocurrir en contextos de crisis y desinstitucionalización. Ahí el peso de las estructuras disminuye y el de la agencia crece, lo que ciertamente no hay que confundir con ninguna fiesta de la "libertad", muchas veces al contrario. Y valga esto también para hacer una aclaración necesaria respecto de la palabra "creatividad" y sus connotaciones positivas: la creatividad de la acción no tiene por qué designar algo políticamente deseable ni políticamente correcto, y tampoco tiene por qué referir estados de cosa deseables como tal: la creatividad suele ser (o por lo menos es *también*) más necesidad que virtud, y aquellos acontecimientos de hace cuatro años, algunos de ellos, lo expresan con elocuencia a ojos vista del tiempo transcurrido.

II

Necesitamos, pues, precisiones para una "creatividad" que pueda hacer pie en la tradición sociológica. ¿Dónde buscarla?. Parece lógico mirar primero al mundo de los estudios sobre la cultura y, en particular, al campo de la estética. Lo que nos remite a un vasto proyecto que aquí sólo enuncio, a saber: reconstruir lo que en esta tradición sea pertinente respecto de los problemas de una teoría de la acción, y calibrar luego qué de esos aportes puede ser valioso en campos distintos de la producción artística, en esferas de la acción humana, digamos, más propiamente "sociales".

Lo primero que nos encontramos allí es la semántica de *creatividad*, cuya etimología remite a *creare* y cuyo universo fue exclusivamente religioso hasta tiempos más recientes de lo que parece. Hasta bien entrado el Renacimiento la creación fue predicado de un único sujeto, Dios, hasta que el artista, y en poeta en particular, comenzaron a usurpar su lugar por analogía. Es recién en el siglo XIX, según informa Raymond Williams⁵, que se consolida una asociación deliberada de *creativo* con el arte y en menor medida con el pensamiento, y recién en el siglo XX que hace pie el sustantivo *creatividad* como una facultad o propiedad de individuos o de acciones.

Podríamos agregar que es en tiempos todavía más próximos, la segunda mitad del siglo XX, que *creativo* comienza a designar algo distinto del artista y el poeta, aunque todavía no completamente. De hecho el "creativo" de las agencias publicitarias es aún una especie de artista, y la "creatividad" que se requiere de los aspirantes a ciertos puestos de mando tiene una connotación de excepcionalidad que remite todavía al sentido originario de la palabra.

En cuanto a su semántica sustantiva, la palabra *creatividad* conduce a *creación* y con ello a una problemática filosófica que desde luego no es ni exclusiva ni principalmente teológica. *Crear* significa producir algo que no existía en un sentido que puede ser radical (*creación ex nihilo*) o no (*creación a partir de algo existente*), lo que plantea a su vez el problema de definir lo nuevo o la innovación, lo que remite a su

⁵ Williams, R. (2000). *Palabras Clave*, Buenos Aires, Nueva Visión. P. 83.

turno al problema ontológico y gnosceológico del punto de observación desde el que algo se define como *original*.

Estas rápidas pinceladas bastan para indicar que no se trata de una palabra trivial, y que una teoría de la acción que la asuma tiene que transitar, so pena de liviabilidad filosófica, por terrenos que no por recorridos resultan menos sinuosos. Pienso que esa complejidad filosófica es parte de lo que justifica la apuesta, pero más que avanzar en ella quiero puntualizar un par de distinciones que son decisivas, creo, para el programa de un concepto de "acción creativa".

En primer lugar, la creatividad parece estar asociada, en la reflexión filosófica y en la estética, a una suerte de excepcionalidad que viene dada tanto por la etimología de la palabra como por su semántica básica. Por decirlo de un modo sencillo, la creatividad no es cosa de todos los días ni de todas las personas y señala (señalaría) una dimensión de la acción desigualmente distribuida como posibilidad e intermitente en su realización efectiva. Aceptar esta circunscripción como válida, o trascenderla, es una primera decisión importante que hay que tomar.

Aceptarla significa que el concepto de acción creativa es un categoría ad hoc, destinada a ciertas manifestaciones específicas de la acción cuya propiedad básica es la (relativa) excepcionalidad e infrecuencia. En una idea así de acción creativa perduran la impronta de la genialidad y la inspiración, aunque diluidas ahora al referirse a ejecuciones más mundanas que el arte y el pensamiento puro. Rechazar esa impronta significaría en cambio pensar la creatividad como una dimensión *constitutiva* de la acción, que no espera momentos ni personas excepcionales para manifestarse sino que forma parte de la la estructura básica de la acción humana, lo mismo que (por ejemplo) la relación medios - fines o la dimensión de la intencionalidad. Hay buenas razones para ambas decisiones, que por otra parte no son completamente excluyentes siempre y cuando se haga la debida diferenciación.

En segundo lugar, la palabra *creatividad* tiene un sentido ricamente ambiguo en el que se mezclan una propiedad de la acción humana (o de los agentes humanos) y una consecuencia de la puesta en ejercicio de esa propiedad. Decimos que una acción es "creativa" tanto en el sentido de que tiene una particularidad *en tanto acción*, como en el sentido de que *produce como consecuencia* una determinada modificación en el mundo,

valorada en términos de novedad o innovación. También esta distinción es importante y requiere una decisión, que tampoco es excluyente pero cuya importancia es clave para la sociología. La diferencia entre creatividad *de* la acción y creatividad *por* la acción equivale a la que existe, hablando en términos clásicos, entre acción y consecuencias de acción, lo que equivale a decir que la existencia de una no garantiza la existencia de la otra y viceversa. Que existan acciones creativas no significa que existan también consecuencias sociales de creatividad, y a la inversa, la creatividad social puede no requerir acciones creativas.

Esta última distinción sirve para explicitar el supuesto central que guía la búsqueda de una noción de "acción creativa". De hecho puede pensarse, y muchos lo piensan, que los procesos de creatividad *social* pueden comprenderse y explicarse sin necesidad de categorías *ad hoc* referidas a la acción. En el campo de los *Cultural Studies*, por ejemplo, tenemos importantes nociones referidas a la novedad cultural e ideológica que no remiten a procesos agenciales específicos, o por lo menos no lo hacen expresamente⁶. Y la historia de las Mentalidades, la historia de las Ideas y diversas corrientes francesas de Análisis de Discurso proceden de modo similar. Considerar importante una noción de *acción creativa* supone, primero, que los procesos sociales de cambio e innovación son realizados y sostenidos por la acción, y que su explicación debe pasar en algún punto por la acción humana si quiere no ser incompleta. Pero también supone que la creatividad es un aspecto de la acción humana que merece en sí mismo una consideración conceptual, independientemente del modo en que se entienda la relación entre su puesta en práctica y las consecuencias que genera. No toda acción creativa produce creatividad social, pero la acción creativa en sí misma es un aspecto importante del obrar social, y por eso de una teoría sociológica de la acción.

⁶ Por caso el concepto de *emergente* (en la tríada *hegemónico, residual* y emergente) en Williams (1982). *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Barcelona, Paidós.

III

Nos queda finalmente preguntarnos de qué modo la idea de creatividad o acción creativa puede reorientar las discusiones en torno a la teoría de la acción. O lo que es lo mismo retomar, pero ahora con más especificidad, las razones de la apuesta teórica que propongo. Planteo en lo que sigue, y para terminar, tres hipótesis de trabajo que van de menos a mas en profundidad y en implicaciones.

(1) En primer lugar, la idea de acción creativa puede abrir una exégesis especial y potencialmente muy rica sobre el conocimiento acumulado en la tradición teórica. Más que puede habría que decir *debe*, no sólo por razones de honestidad intelectual sino por la riqueza de esa tradición. Exégesis no significa aquí reinterpretar con más profundidad y detalle, sino utilizar los conceptos existentes para pensar la dimensión creativa de la acción. La temática del carisma en Weber; la producción ritual de instituciones en Durkheim; la tensión de los hábitus por el "autosocioanálisis" y por el encuentro con nuevos "campos" en Bourdieu; la expresividad en la actuación de los roles en Goffman; la búsqueda activa de coherencia frente a la contradicción cultural en Archer; las categorías de "riesgo" o "incertidumbre" en la Teoría de la Elección Racional: ninguno de estos desarrollos se refiere expresamente a un modelo de "acción creativa", pero todos realizan con seguridad indicaciones importantes para construirla. En cierto sentido se trata de forzar y tensionar los modelos existentes para que hablen de lo que no hablan, si es verdad aquello de su velado sesgo "reproductivista".

(2) En segundo lugar, y en un nivel mayor de profundidad, hay que preguntarse si una idea de acción creativa no puede conducir también a un replanteamiento más radical de presupuestos muy básicos y arraigados en la teoría de la acción.

La construcción de esa teoría estuvo signada desde el comienzo por la impronta del modelo utilitarista de acción racional, proveniente de la economía como modelo de ciencia social exitosa en la elaboración de esquemas abstractos de aplicación general. Es por eso que en la sociología clásica de la acción (representada sobre todo por Weber y

Pareto) se construye tomando como parámetro el concepto de acción racional (acciones "lógicas" en Pareto), para construir desde allí un conjunto de categorías de acción no-racionales que son el dominio propio o más específico de la sociología. Impronta ésta - racionalidad vs. no racionalidad- que fue realimentada en las últimas décadas por el relanzamiento de los modelos económicos en sociología (Boudon, Coleman, etc.), y que perdura de algún modo en una construcción tan sofisticada como la Teoría de la Acción Comunicativa, que parte también de la racionalidad estratégica e instrumental y sus desprendimientos. La teoría de la acción no ha salido del todo, en suma, de la dicotomía fundante de acción racional - acción no racional (normativa), y puede plantearse la hipótesis de que la idea de creatividad contribuye a trastocar este supuesto de fondo.

A diferencia de la hipótesis anterior, tenemos aquí bastante trabajo ya realizado. Joas⁷ ha avanzado explícitamente en el desarrollo de esta idea, rescatando el pensamiento pragmatista sobre la acción, fundamentalmente el de Mead y William James, y afirmando la creatividad como una nueva "metáfora directriz" sobre la acción, no es reductible ni a la racionalidad ni a sus contrarios y que establece no sólo un tipo diferenciado de acción, sino una reorganización general de las categorías con que viene pensándola la sociología. De modo que un desarrollo de esta hipótesis ha de apoyarse inevitablemente en Joas y de hecho puede partir del punto en que él nos deja: un desarrollo no pragmatista, o distinto del pragmatista, de la idea de creatividad.

(3) Una tercer hipótesis, dependiente en parte de la anterior, pero un poco más osada, es pensar la creatividad en el marco de los presupuestos antropológicos que sostienen a la teoría de la acción. Diversos *homos* han sostenido ese desarrollo, el *economicus* y *sociologicus* sobre todo, pero también la noción de un homo *mimeticus* y más recientemente la sugestiva idea de un homo *tragicus*, que toma como referencia la antropología implícita en la tragedia clásica para hablarnos de un actor que aventura su acción en un mundo inseguro y gobernado por designios que no conoce ni puede

⁷ Joas, J. "La creatividad de la acción y la intersubjetividad de la razón: el pragmatismo de Mead y la teoría de la sociedad", en *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*, Madrid, CIS.

controlar⁸. A este conjunto de propuestas podría agregarse tal vez la idea de un homo "creativo", palabra que hay que escribir en simple castellano porque no tiene, debido a su juventud, equivalente latina. Al agente maximizador de beneficios y al impulsado ciegamente por normas sociales, agregaríamos el supuesto antropológico de un agente cuya propiedad idiosincrática consiste es alterar el mundo por medio de su imaginación y de su inventiva.

⁸ Ramos, R. (1999). "Homo tragicus", en *Política y Sociedad* N° 30, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid.