

# Crítica de libros

---

## *Creatividad. Números e imaginarios*

**José Ángel Bergua (dir.), Enrique Carretero, Juan Miguel Báez y David Pac**

(Madrid, CIS, 2016)

La investigación científica entraña una sutil —y a menudo dramática— tensión entre simplicidad y economía conceptual, de una parte, y fidelidad al objeto, de otra. O, dicho de otro modo, entre reducir la complejidad, un imperativo insoslayable para el científico, y deformar el objeto hasta hacerlo irreconocible. El afán reduccionista de los modelos analíticos nos tiene acostumbrados a lo segundo, desgraciadamente, y por ese motivo adquieren especial valor aquellos trabajos en los que los investigadores se resisten a perder de vista los matices y aristas de su objeto, aceptando la complejidad y ayudándonos a lidiar con ella

La obra dirigida por José Á. Bergua, publicada por el CIS con el título *Creatividad. Números e imaginarios*, responde plenamente a este deseable propósito. El objeto de estudio escogido por los autores es la *creatividad*, una noción que en los últimos años ha ido ganando protagonismo en la literatura científico-social en la medida en que se vincula a la actividad económica, es decir, al propósito de manejar y estimular la actividad creativa como factor productivo, como parte decisiva del valor añadido presente en ciertos mercados tales como el tecnológico, el científico o el artístico. El trabajo de referencia en este campo fue publicado por Richard Florida<sup>1</sup> en el año 2002 con el título *The Rise of Creative Class*, aunque desde entonces se han publicado numerosos trabajos que continúan ese impulso inicial.

Sin embargo, la creatividad es demasiado compleja para ser manejada mediante modelos economicistas. Como señala agudamente Ferrán Sáez Mateu<sup>2</sup>, la semántica de la creatividad apunta a la fusión de cuatro ideas profundamente arraigadas en la mentalidad occidental —heredera de las tradiciones griega y judeocristiana—. En primer lugar, la creatividad remite a una forma peculiar de racionalidad que no puede ser activada a voluntad, sino que se despierta o activa a partir de algo interior al individuo, la *inspiración*. En segundo lugar, la creatividad apunta a la emergencia en el plano consciente y articulado de algo que se presenta ya de forma inexpresable en el plano de lo subconsciente e *imaginario* (es decir, una anamnesis, en el lenguaje de Platón, o una afloración de lo inconsciente, en el de Freud). En tercer lugar, la creatividad se instala en el ambiguo ámbito de la *transgresión*; la imaginiería cristiana, por ejemplo, sitúa los primeros actos creativos del hombre (Adán y Eva, Caín y Abel) en contextos de transgresión moral porque el acto creativo es siempre una ruptura del *orden* que nos es *dado*. Por último, todo acto de creación es también una *alteración* de lo *instituido*, una *alteración* de la *disposición natural* de las cosas.

---

<sup>1</sup> Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Harper Business, Harper Collins.

<sup>2</sup> Sáez Mateu, F. (2006). «La creatividad como problema filosófico», *Trípodos*, 19.

Esta compleja genealogía, que los autores de la obra que nos ocupa conocen bien, impide que la creatividad sea reducida fácilmente a números e indicadores sociodemográficos, reclamando para sí un abordaje denso, pluridisciplinar y caleidoscópico. La creatividad es un concepto *sobredeterminado* cuya semántica recuerda a aquello que señaló Marcel Mauss a propósito del *hecho social total*, es decir, una práctica, objeto o noción en la que se acumulan, expresan y articulan diferentes órdenes de realidad. Del mismo modo, en la creatividad se funden, cuando menos, tres vertientes analíticamente distinguibles: en primer lugar, la psicológica, centrada en definir aspectos internos de la creatividad como la inteligencia, el proceso creativo, el papel de la emoción, etc. En segundo lugar, una vertiente sociológica que presta atención al papel del grupo, el entorno, el medio social, etc. Por último, una dimensión antropológica que intenta dar respuesta a las concepciones de la creatividad en las diferentes culturas o entornos socioculturales.

La noción de creatividad que manejan los autores retrata con atención y meticulosidad la complejidad del concepto. La creatividad tiene que ver con la aparición de algo nuevo, imprevisto, impulsado por la actividad de cualquier clase de agente individual o colectivo. El punto de vista sociológico, además de prestar atención a los agentes intervinientes, subrayaría las condiciones y el contexto social del acto creativo. Pero, más allá de la sociología, a la hora de investigar la creatividad, la mirada debe dirigirse a su carácter imprevisible e incluso inadmisibles para el sistema o contexto en el que aparece.

Este hecho delata la imposibilidad de mantener la indagación acerca de los procesos creativos dentro de la lógica de la investigación científica convencional y nos avanza la necesidad de observarla de formas diversas, fuera del *laboratorio*, pues sobre el acontecer creativo gravita la incertidumbre: un acto de creatividad, por el hecho de traer consigo una novedad que antes era imprevista (e inadmisibles), pone precisamente en el foco de su reflexión aquello a lo que la ciencia no puede nunca llegar. La creatividad es, pues, lo imposible, y la única manera de que cualquier tipo de conocimiento esté a la altura de esa imposibilidad es que se conforme con prestar atención a las condiciones y contexto en los que aparece.

Esta *sobredeterminación* conceptual, que constituye un obstáculo analítico y, al mismo tiempo, un reto intelectual formidable, exige del investigador un despliegue metodológico a su altura. La *apertura metodológica* es justo lo que se echa en falta en trabajos como el de Florida, cuya orientación analítica, aunque valiosa, reduce exageradamente el fenómeno hasta desfigurarlo. Esta voluntad de mirar de frente a la complejidad es precisamente uno de los puntos fuertes de la obra que reseñamos. De este modo, aunque imprescindible, la referencia a Florida y la clase creativa solo puede ser el punto de partida.

Bergua y sus colaboradores han elaborado una investigación que, como la mejor práctica hermenéutica, conduce al lector por una trayectoria espiral de perspectivas que desgranar, iluminan y muestran en sus vericuetos el proceso creativo. Los encuadres metodológicos sucesivos nos ofrecen tres aproximaciones en las que los hallazgos obtenidos en cada una de ellas son reinterpretados a la luz de la siguiente, sin caer en la mera yuxtaposición de contenidos.

La primera aproximación a la creatividad sigue los pasos del trabajo seminal de R. Florida, adaptando el diseño original a las singularidades del caso español. Se trata de un abordaje cuantitativo en el que la creatividad se concibe como un agregado de tres factores que combinan el aspecto relativo al *conocimiento* —imprescindible en cualquier proceso creativo o de innovación—, el *talento* y una *dimensión disposicional* —*tolerancia* es la etiqueta propues-

ta por Florida—. Así, los autores construyen los índices de creatividad de las comunidades autónomas y provincias españolas como una combinación de tres índices parciales, a saber, *tecnología*, *talento* y *tolerancia*, que, a su vez, están compuestos por otros tres subíndices: la *tecnología* que incluye información I+D, innovación y alta tecnología; el *talento*, compuesto por el volumen de las clases creativas, el número de titulados y el volumen de investigadores, y, finalmente, la *tolerancia*, para la que se utiliza la misma interpretación que hizo Florida para el caso norteamericano, es decir, medida a partir de la cantidad de extranjeros, bohemios y homosexuales.

Dos conclusiones se desprenden de este primer encuadre. Por una parte, la clase creativa española, encabezada por territorios como Madrid, Barcelona, País Vasco y Navarra, se encuentra infradimensionada (entre 5 y 8 puntos porcentuales, según el periodo que se considere) si la comparamos con los centros de mayor productividad creativa del mundo (Estados Unidos, el centro y el norte de Europa). Por otra parte, el factor denominado *tolerancia*, que incluye Florida en su modelo, no da cuenta de las diferencias observadas. La creatividad no es reducible a la mera acumulación de talento, conocimiento y tecnología, desde luego, pero ese plus de valor que desencadena el proceso creativo o lo dificulta no puede ser captado correctamente mediante el indicador que suma la presencia de extranjeros, bohemios y homosexuales. Como los autores sugieren, se percibe la necesidad de ir más allá de ese indicador y elaborar historias de vida a partir de personajes que representen las ocupaciones que en España se incluyen en la clase creativa según la considera Florida.

La segunda aproximación metodológica se plantea en la obra como un intento de superar los déficit detectados en la perspectiva cuantitativa. El factor *tolerancia* debe ser reinterpretado cualitativamente y los autores plantean, en consecuencia, un segundo movimiento en el que, a través de entrevistas en profundidad e historias de vida, se dé sentido y contenido a dicho factor disposicional. El trabajo de investigación desarrollado a partir de nueve casos-tipo permite indagar en ciertos aspectos decisivos que incrementan la inteligibilidad del proceso creativo. Así, cuestiones tales como la educación recibida, el círculo de amistades, el estilo de trabajo y el ocio se perfilan ahora como claves para comprender mejor la potencia y el proceso creativo.

Las conclusiones obtenidas a partir del material cualitativo analizado llevan a los investigadores a confirmar la relación íntima entre creatividad y estilos de vida ricos, diversos y heterogéneos, aunque, al mismo tiempo, la clase creativa no pueda abstraerse de las fuerzas sociales centrípetas que sitúan al creativo en un mundo de relaciones institucionales formales. Si bien las trayectorias biográficas de los creativos son diversas, parecen contener ciertos elementos transversales que apuntan a la existencia de entornos de relación personal ricos e intensos, cierta capacidad para sortear o contrabalancear los efectos frustrantes del orden social y profesional instituido con dominios de experiencia personal alternativos, donde los vínculos formales son sustituidos por otros más fluidos, variables e imprevisibles. Probablemente sea este ámbito de la sociabilidad más inmediata y fluida el que muestre una mayor diferencia con el modelo norteamericano, pues el contexto español sitúa la emergencia del ímpetu creativo más cerca de la experiencia social fluida que de los marcos laborales reglados donde se ejerce la profesión.

El tercer movimiento metodológico ejecutado por los autores utiliza el trabajo de campo etnográfico como técnica y se dirige a explorar ese plus de ímpetu creativo que se resiste a ser retratado en las dos primeras aproximaciones. La fase de campo consiste en dos etnografías paralelas: por una parte, el trabajo de un diseñador gráfico gallego cuya actividad fue

compartida durante varios meses y, de otra, durante un año y medio, con 13 diseñadores de prendas y 6 de complementos en Aragón. El enfoque etnográfico empleado mediante observación participante intenta acceder desde el interior de los espacios, los tiempos y los ritmos al propio proceso creativo, al propio vivir creando en sus rutinas y sus eferescencias.

Desde el punto de vista teórico, el recurso a lo «imaginario» se utiliza para designar ese fondo de sentido que se le resiste, por excesivo, a la heterogeneidad blanda de nuestro mundo y que, a la vez, no cesa de ser invocado. Pero ¿a qué hace referencia lo imaginario? Los autores, a partir de una exhaustiva lectura e interpretación de la literatura acerca de este tema, trabajo que en sí mismo posee un valor destacable y que puede encontrar el lector en las páginas de esta obra, se refieren a lo imaginario como un poder creador, el poder difuso y latente que se encuentra disponible en una sociedad o comunidad humana bajo el plano de lo simbólico e instituido. Si lo simbólico representa el orden instituido en una sociedad bajo formas convencionales en las que la fuerza creadora del grupo se encuentra cristalizada, lo imaginario representa el potencial instituyente que alberga toda colectividad y que, en los intersticios de la vida social distribuida en redes y grumos, se manifiesta aquí y allá desbordando imprevisiblemente lo esperado, emergiendo bajo nuevas formas de expresión colectiva o individual y refractando las consignas del poder instituido.

Las conclusiones obtenidas en esta fase del trabajo de investigación son complejas y difíciles de reseñar. En síntesis, apuntan al menos los siguientes hechos: a) en primer lugar, el espacio-tiempo social en donde desarrolla su labor el creativo contrasta con aquellas pautas instauradas por el régimen de trabajo característico de la modernidad, en las que tanto el espacio como el tiempo se ven subordinados a una racionalidad productiva; b) la ubicación laboral del profesional creativo mantiene un difícil y singular equilibrio entre las formalidades de su perfil y redes profesionales, más instituidas y formales, y la necesidad de mantener un dominio de experiencia, práctica y vivencia abierto —instituyente— que responde a la pretensión de encontrar el modo de vida más adecuado para mantener viva la llama de la creatividad; c) la actividad creadora se manifiesta en un orden de saber práctico en el que las ideas e innovaciones necesitan encarnarse en objetos, figuras y formas. La actividad creativa, aunque deudora del saber formal, así como de la tecnología y la información disponibles, exige también un tiempo de maduración y emergencia, así como de la fecundidad imaginaria alimentada por una mirada distraída, oblicua y flotante hacia lo no dicho en la formalidad del orden instituido, es decir, hacia lo presente pero no expresado; d) por último, en la creatividad parece mostrarse una fuerza utópica residual pero inagotable. Esta fuerza poco o nada tiene que ver con el impulso utópico que alimentó los grandes discursos modernos sobre la transformación del mundo como todo. Se trata, más bien, de una utopía de baja intensidad que no propone finalidad histórica alguna, pero en donde sí pervive el ansia por trascender la realidad a través de la imaginación, previamente detectado un desajuste entre el mundo tal como se nos presenta y el mundo tal como nos hubiera gustado que fuese. Visto de este modo, el signo más inequívoco de este vigor *utópico* de la imaginación radicará en su insobornable anhelo por transgredir *lo instituido*.

Concluyo. La imaginación sociológica que con tanto acierto reivindicó Charles Wright Mills es la brújula que debe guiar toda investigación social. La obra escrita por Bergua, Carretero, Báez y Pac es un excelente ejemplo de imaginación sociológica, además de un sólido trabajo empírico. El lector encontrará en él un relato esclarecedor acerca de la creatividad, desplegada en toda su complejidad, pero al mismo tiempo una invitación para seguir investigando sobre el fondo imaginario y magmático que alimenta el proceso creativo. En cualquier

caso, como todo buen ejercicio de hermenéutica social, la lectura de *Creatividad. Números e imaginarios* no les dejará fríos, pues, como el símbolo, da que pensar.

por Miguel Ángel CASTRO NOGUEIRA

Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid

mcastron@ono.com

---

## *La secesión de los ricos*

**Antonio Ariño y Juan Romero**

(Barcelona, Gutenberg, 2016)

Aunque no faltan estudios acerca de las devastadoras consecuencias de la crisis en la que, desde hace prácticamente una década, continuamos inmersos, lo cierto es que, si bien sabemos bastante acerca de los perdedores, escaso es nuestro conocimiento acerca de quienes han ganado con la misma: sabido es que a las ciencias sociales les resulta más asequible estudiar a los pobres que a los ricos. Desde esta perspectiva, solo cabe recibir como una buena noticia la existencia de una investigación que se ocupa, precisamente, de estos últimos: en un libro innovador y de amena lectura, Ariño y Romero han conseguido acercarse a esa élite mundial que ha llegado a concentrar unas cotas de poder y de riqueza inéditas en la historia de la humanidad.

Prologado por Josep Ramoneda, el volumen se divide en cinco partes: en la primera, la más breve, se define esa «secesión de las élites» que se viene produciendo a nivel mundial desde hace unas cuatro décadas y que es a la vez un síntoma definitorio del nuevo capitalismo, una de las causas del estallido de la crisis y un factor determinante en la evolución de la misma. Frente a otros conceptos propuestos por la bibliografía durante los últimos años, como dualización o polarización, los autores prefieren el de secesión, que definen como «un proceso de desanclaje financiero, económico, político, cultural, moral y residencial de las élites en relación con la sociedad en la que se hallan nacionalizadas y tributan», o también como una «separación, distanciamiento e independencia relativa de un grupo respecto a un conjunto al que previamente pertenecía». Tal término permite comprender tanto grandes tendencias estructurales como las estrategias grupales e individuales vinculadas a las élites. El proceso tiene, pues, dimensiones subjetivas y objetivas, caracterizándose por su carácter multidimensional: es tanto político y económico como cultural y moral, y es la otra cara de la precarización, la vulnerabilidad y la pobreza creciente de amplias capas de la población, así como del retroceso democrático que padecemos. Se debe insistir en que la secesión es un hecho anterior a la Gran Recesión, y que es, a la vez, síntoma y causa de los cambios sociales que han conformado el nuevo sistema.

El capítulo segundo, titulado significativamente «La segunda era dorada de la riqueza» (la primera sería el capitalismo de tipo decimonónico), es el más extenso, y a lo largo del mismo se realiza un análisis general de las nuevas élites globales. Apostando por un análisis de larga duración, se constata cómo a nivel mundial se ha producido un nuevo giro hacia la