

---

## *La invención de la creatividad*

**Andreas Reckwitz**

(Madrid, La Catarata, 2023)

La terna formada por los conceptos «modernidad», «racionalización» y «desencantamiento» ha constituido el centro neurálgico de la narrativa sociológica desde sus inicios. La centralidad de una vida social entregada al cálculo y a la pulsión acumulativa establece la clave de bóveda de un edificio institucional en el que el carisma se rutiniza (Weber), el dinero coloniza el mundo de la vida (Habermas) y el sentido simbólico queda en manos de la vida administrada (Adorno). Los diagnósticos sociológicos más celebrados insisten en esa pauta dominante basada en una sociedad identificada con un procedimiento ordenado que sigue un ritmo previsible y redundante. La novedad brilla por su ausencia. El método y la medida rigen los movimientos fundamentales de una modernidad centroeuropea, protestante y secular(izada) que penaliza la aparición de la sorpresa y lo inesperado.

A mitad de siglo pasado surgen nuevos teóricos en la reflexión sociológica que reclaman la incorporación de la creatividad en una sociedad enmohecida y decadente. Las viejas estructuras de la sociedad industrial y las anquilosadas visiones de la historia obligaban a indagar en espacios obturados de la vida moderna que podían incubar a la imaginación y alumbrar la posibilidad. Al calor de los ecos de Mayo del 68, la acción creativa se convierte en el núcleo de autores como C. Castoriadis, A. Touraine, M. Maffesoli, A. Giddens, P. Bourdieu, R. Collins y, en especial, H. Joas. Todos ellos, salvedades aparte, proponen esquemas de reflexión en los que el actor y sus iniciativas disponen de capacidad de movilizar la conciencia colectiva y la consistencia de las instituciones. La sociedad civil en múltiples expresiones (movimientos de género, pacifistas, ONG, etc.) se posicionan en la complejidad social ofreciendo la capacidad de respuesta ante inercias ciegas y perversas que restringen la espontaneidad social.

Recientemente ha aparecido en nuestro escenario editorial el libro de Andreas Reckwitz que lleva por título *La invención de la creatividad*. Este profesor de la Universidad de Humboldt sitúa la creatividad bajo otras coordenadas. Ya no define elementos universales de la vida humana que tienen que ver con su precaria adaptación al mundo y su búsqueda constante de puntos de apoyo siempre contingentes. Ahora la creatividad deviene principio de organización social, simiente de normalización: dispositivo. De algún modo, supone una enmienda a la totalidad a la modernidad de cuño calvinista. También a los intentos de ver en el ser humano un agente social capaz de trascender el orden establecido. En este caso, es vista por el autor como la resultante de un proceso de largo recorrido en el que los movimientos tectónicos de la vida moderna han cristalizado en una idea de creatividad entendida como *principio de realidad*. La creatividad produce un proceso de mineralización que entra en contradicción con la visión transformadora más cercana a la utopía y a la revolución. Ahora define la norma y lo normal.

El elemento original de esta reflexión, que ya tenía traducción a las lenguas más influyentes de nuestro entorno cultural (inglés, francés, italiano, entre otras), tiene que ver con el papel que juega el arte en el nuevo diseño de la tardomodernidad. La dinámica y la estática del arte explican el cómo y el qué del actual *dispositivo de creatividad*. El primero remite a la centralidad de la experiencia estética como pauta central del dibujo social. El segundo, a la omnipresencia de la emoción como factor determinante de la vida cotidiana. Este último resulta de especial relevancia en la medida en que, apuntando hacia Foucault mediante el uso del concepto de dispositivo, Reckwitz lo desborda al incorporar el estímulo afectivo como posibilitador de la aceptación e imposición social del deseo e imperativo creativos. Si bien tanto estética como emoción operan inicialmente de forma específica y distintiva en el campo social del arte, su expansión hacia una amplia variedad de ámbitos (desde las relaciones profesionales hasta el ocio o el deporte, pasando por la amistad o las relaciones amorosas y sexuales) marca el comienzo de una progresiva universalización de la estética que terminará configurando la totalidad de la vida social como *campo de batalla afectivo*, condición antes solo atribuible al arte burgués y las clases bohemias.

Tal es el punto de partida del *proceso de expansión total* efectuado por una creatividad marcada por tres características fundamentales (la novedad, la estética y la afectividad) y cuya normalización e implantación hegemónica es aquí estudiada desde cinco campos base, que corresponden a los seis capítulos centrales, embebidos entre un inicio y un cierre teóricos. Se trata del mencionado campo del arte (al que se dedican los capítulos 2 y 3), la industria creativa (capítulo 4), la psicología (capítulo 5), los medios de comunicación y entretenimiento (capítulo 6), y las ciudades creativas (capítulo 7). Mediante la exposición cronológicamente situada de sus respectivas aportaciones al dispositivo de la creatividad y de la interrelación histórica existente entre todos ellos, Reckwitz despliega un análisis explícitamente genealógico —cubriendo desde la fase preparatoria del dispositivo de la creatividad, en la que aparecen trazos aún incompletos e inconexos de prácticas y discursos estético-creativos, hasta su actual fase de hegemonización y expansión global—, en la medida en que cada campo base no solo constituye un ejemplo o una manifestación paradigmática del avance social de la creatividad, sino que ejerce además una función específica en dicho avance.

La creación y la *performance* artísticas establecen una forma de percepción y actuación que valora y prioriza la novedad y, específicamente, la novedad estética orientada hacia un público, insubordinada a la racionalidad y vinculada a la afectividad. En segundo lugar, una vez condensadas dichas formas de actuación como *núcleo de la forma de vida creativa*, estas son proyectadas hacia el total de la economía por una industria creativa que actúa como *vanguardia económico-productiva* de la creatividad. En tercer lugar, la psicología elabora una serie de discursos destinados a la *creación de subjetividades creativas* y constantemente autoperformativas que son redirigidas hacia la productividad mediante el *managerialismo* empresarial, de manera que la creatividad se convierte no solo en modelo ideal, sino en *habitus* para la vida cotidiana, tanto personal como, ahora también, profesional, mezclándose y difuminándose la frontera entre ambas condiciones. En cuarto lugar, el papel de los medios de comunicación y entretenimiento (ya que aquí se incluyen las estrellas y celebridades televisivas) resulta evidente, contribuyendo decisivamente a la *difusión masiva* de un dispositivo de la creatividad ya considerablemente refinado, pero «insuficientemente» implantado. Por último, las ciudades creativas aparecen como *espacio de representación y escenificación pública* de las nuevas formas de vida creativa, una vez que estas se han institucionalizado, asimilado, normativizado y expandido. En todas las ciudades creativas se construye a conciencia un contexto espacial y especialmente propicio para el

abigarramiento privado-público/personal-profesional de la vida social, al tiempo que cada una de ellas trata de expresar una identidad propia y única, en un proceso de desestandarización urbana imprescindible para un exitoso encaje en las dinámicas socioeconómicas de la tardomodernidad creativa.

Así pues, desde estas coordenadas, y frente a la habitual dicotomía sociológica entre la investigación del orden social, o del desorden, la movilidad y el cambio social, nos encontramos con un análisis del desorden, la novedad y el cambio (relativos) como *fuentes de orden social*, de homogeneidad formulada en términos de distinción, dentro de la nueva configuración estético-afectivamente dinámica del capitalismo y, consecuentemente, de las sociedades tardomodernas. La armonización de esta, *a priori*, contradicción, no es tanto un mérito del autor como de las propias estructuras sociales contemporáneas marcadas por este carácter híbrido o, si se quiere, ambivalente, sin por ello adolecer de falta de operatividad, sino más bien al contrario. Sí se puede atribuir a Reckwitz un atinado esfuerzo en descifrar, tanto diacrónica como sincrónicamente, gracias a su *genealogía del dispositivo de la creatividad*, los diversos procesos y formas de instauración de una racionalidad estética que, en su funcionamiento cotidiano, no resulta contradictoria, sino llamativamente eficaz a la hora de lidiar con las, aquí sí, carencias y contradicciones internas del propio capitalismo, detectadas por autores como Weber o Marx. En este caso, es precisamente el componente afectivo de la estética lo que revitaliza, o pretende revitalizar, una modernidad excesivamente reificada y entumecida en su fase industrial-secular, sin que esto implique en absoluto una pérdida de rendimiento económico derivada de una menor racionalización productiva, en la medida en que la agilidad y el dinamismo de los distintos regímenes sociales de lo nuevo engrasan la anquilosada cadena de producción y consumo capitalista, dificultando, por ejemplo, las crisis por escasez de demanda que serían particularmente factibles en tiempos de inflación y amenaza de recesión —o, al menos, estancamiento económico— generalizadas.

Consciente de estas capacidades, *La invención de la creatividad* bascula entre la admiración por las facultades metaestabilizadoras del dispositivo de la creatividad y la crítica a sus excesos, ofreciendo en sus últimas páginas posibles formulaciones alternativas de la creatividad y la estética, de cara a la corrección de estos últimos. La *creatividad profana* y la *estética de la repetición* aparecen como propuestas de gran valor, a las cuales podría sumarse toda forma de creatividad que —además de no apelar a un público en busca de su atención y aprobación, como sucede con la creatividad profana— no persiga la distinción individual conforme al modelo *winner takes all*, sino formas de aglutinamiento y/o religación que puedan a su vez contribuir a la necesaria politización de los procesos de estetización, así como a la revitalización de los proyectos políticos y los desarrollos científico-técnicos, conciliando de esta forma los tres regímenes de novedad distinguidos por el autor y haciendo de la creatividad un adjetivo reencantador, en lugar de escoria improductiva o dispositivo productor de normatividad y autoexplotación, como ha ocurrido y ocurre, respectivamente, en la modernidad organizada y la tardomodernidad estética.

por Pablo ECHEVERRÍA-ESPARZA  
y por Xabier TIRAPU INTXAURRONDO  
Universidad Pública de Navarra  
pablo.echeverria@unavarra.es  
xabier.tirapu@unavarra.es