

APORTES PARA UNA ETNOGRAFÍA COMPARADA DE LA CREATIVIDAD Y EL CAMBIO SOCIAL¹

Adrián Koberwein
Doctor en Antropología
UBA-FFyL / CONICET
adriankoberwein@gmail.com

RESUMEN

En el presente artículo abordo uno de los problemas analíticos relativos al abordaje etnográfico de la “creatividad” en relación al cambio social. Considero, específicamente, la tensión implícita entre “lo nuevo” y “lo viejo” que lleva en sí esta noción. A través de un análisis etnográfico y comparativo de diversos casos y ejemplos, intento encontrar cierta unidad en una diversidad de situaciones, relaciones y procesos en los cuales diferentes grupos se disputan la definición de “lo nuevo” y de lo que, en consecuencia, sería “viejo”, así como las razones de ello. Lo que todos estos casos y ejemplos tienen en común es la convicción, por parte de los actores, de que cierto tipo de situaciones, relaciones y/o procesos deben cambiar debido a que son considerados como socialmente problemáticos. Por ejemplo: la *tergiversación de la realidad* por parte de los medios masivos de comunicación, cómo prestar dinero a *los pobres para que puedan salir de su condición*, o cómo lidiar con la escasez de agua.

Palabras clave: creatividad, cambio social, etnografía, comparación.

ABSTRACT

In this article, I address one of the analytical problems regarding the ethnographic treatment of “creativity” in relation to social change. I consider, specifically, the implicit tension between “the new” and “the old” that this notion bears. Through an ethnographic and comparative analysis of several cases and examples, I try to find some unity in a diversity of situations, relations and processes in which different groups dispute the definition of what is “new”, what would be, in consequence, “old” and why. What all the cases and examples have in common is the conviction that some kind of situations, relations and / or processes should be changed because they are considered as socially problematic. For example: the *distortion of reality* through mass media, how to lend money *to poor people so they can get out of their condition*, or how to deal with *water scarcity*.

Key words: creativity, social change, ethnography, comparison.

¹Fecha de realización del artículo: junio de 2014.

INTRODUCCIÓN

Basándome en casos que se derivan de mis investigaciones, en el presente artículo propongo reflexionar acerca de la posibilidad de abordar, desde la etnografía, un aspecto del problema del cambio social: la importancia de la perspectiva de los actores sobre él. Concretamente, trataré de aplicar la noción de creatividad al análisis de diversos procesos marcados por el reconocimiento de la necesidad de un cambio frente a situaciones que se consideran como problemas sociales por resolver, y sobre los cuales los actores entienden que deben intervenir en forma intencional y planificada para producir un cambio; ya sea en determinado estado de las relaciones, o en el curso de los acontecimientos.

Una característica fundamental del tipo de análisis etnográfico que aquí adopto es la de incluir la comparación entre sus herramientas.² La comparación, utilizada en el curso mismo del análisis, permite hacer de la etnografía una instancia analítica, no meramente descriptiva, dando así pleno valor a la indagación intensiva desarrollada en el campo (Peirano 1995, Balbi y Rosato 2003). Ahora bien, el análisis que aquí presento tiene una particularidad. Se trata de la comparación entre una serie de casos extraídos de tres etnografías diferentes en función de un propósito específico que no estuvo contemplado originalmente y que remite, como hemos dicho, a aplicar la noción de creatividad a procesos y dinámicas que son impulsadas, por sus protagonistas, en términos de un cambio. En este sentido, lidiamos aquí sólo con ciertos aspectos de totalidades más amplias (las respectivas etnografías originales), que han sido abstraídas de aquellas totalidades, comparadas y reinsertadas en una nueva totalidad no contemplada al principio. El tipo de comparación al que hacemos referencia está inspirado en ciertos aspectos de la concepción dialéctica del método en Marx. Esta concepción, afirma Ollman (2003), está basada en dos cuestiones centrales: la filosofía de las relaciones internas y el poder de la abstracción. En términos generales, la abstracción remite a la separación de ciertas relaciones y/o procesos de una totalidad en virtud de enfatizar sus aspectos comunes. La abstracción es, en primer lugar, un proceso mental. Una analogía típica para este tipo de operaciones nos remite a las maneras de escuchar un concierto de música. Nuestra atención va y viene (muchas veces inconscientemente) de las partes a la totalidad. De las cuerdas al piano, de los vientos a la percusión, de la melodía a la armonía, y de allí a la percepción del todo; la inversa (partir de la totalidad) es también posible e, incluso, deseable si queremos apreciar la música en su plenitud. Pero el problema en ciencias sociales es que al investigador le es imposible operar como lo hace quien escucha un concierto, pues no puede tomar como punto de partida la totalidad, ya que es inabarcable. Marx afirma, dice Ollman, que su método parte de las formas “reales y concretas” del mundo tal como se nos presenta, y que luego procede a través de la abstracción, una actividad intelectual que implica fragmentar la totalidad en unidades mentales a través de las cuales podemos pensar aquellas formas reales y concretas. En este sentido, Godelier (1989) afirmaría que

²El presente trabajo se nutre de una serie de discusiones y debates con mis compañeras de equipo, Julieta Gaztañaga y Julieta Quirós, en el marco del Proyecto UBACyT “Creatividad social y los límites entre economía y política. Un estudio de antropología comparada a partir de tres casos etnográficos” (Programación Científica 2012-2014, GEF, SECyT – UBA). Agradezco también a Rosario Espina por la revisión del texto, y por sus aportes en torno a las cuestiones ambientales que encaro en uno de los casos presentados.

sólo mediante la abstracción puede el pensamiento separar las distintas partes de un todo, las fuerzas productivas de las relaciones de producción, y separar estas dos realidades tomadas conjuntamente (...) del resto de las relaciones sociales. (23)

En Marx, la totalidad vendría a ser el modo capitalista de producción. Una de las “formas concretas” abstraídas de esa totalidad, en función del análisis, sería la mercancía. La mercancía es, justamente, el punto de partida de *El Capital*: el punto de partida “real y concreto”. Pero lo “real y concreto” en Marx es, podríamos decir, antiempirista. El concepto de mercancía es, en sí mismo, una abstracción y, de hecho, en un primer momento, Marx hace caso omiso de todo lo que tenga que ver con los usos “concretos” (de las mercancías), operación necesaria, según él mismo afirma, para avanzar en el análisis y llegar a plantear el problema de la distinción entre “valor de uso” y “valor”. No pretendemos aplicar el método dialéctico de Marx aquí, pues sería un objetivo demasiado pretencioso. Queremos simplemente hacer notar que este tipo de abstracciones aplicadas al método etnográfico (y si consideramos que la etnografía tiene pretensiones holísticas) sólo son posibles si hemos producido una totalidad de la cual “abstraer”. Pero si abstraemos ciertas relaciones o procesos de una totalidad, entonces estamos obligados a reconstituirla a través de nuevas operaciones analíticas que nos permitan producir un conocimiento no contemplado originalmente. Pensamos que la comparación puede brindarnos esta posibilidad. Nuestra “herramienta de abstracción”, si podemos llamarla de esta manera, es la noción de creatividad.

Los casos por considerar son los siguientes: el primero refiere al impulso que, durante la “crisis del 2001”, tuvieron en Buenos Aires el llamado *nuevo cine político*³ y los fenómenos de *contrainformación* frente a la *pérdida de credibilidad* de los medios masivos de comunicación. El segundo caso trata, por un lado, con los procesos que produjeron las políticas de microcrédito de garantía solidaria como un bien exportable en términos de la necesidad de desplazar al Estado como responsable de combatir la pobreza; por otro lado, con la resignificación que de estas políticas realizó el Estado argentino para incorporarlas dentro de un *nuevo paradigma en políticas sociales*. El tercer caso remite a las diversas formas de intervenir sobre la *crisis hídrica* en las Sierras Chicas de la Provincia de Córdoba y a los conflictos en torno a las acciones para revertir dicha *crisis*. Los primeros dos casos pertenecen a investigaciones concluidas, aunque aquí las retomo con un enfoque distinto. El tercer caso es parte de una investigación en curso.

³La cursiva en el cuerpo del texto hace referencia a mi apropiación de los dichos de los actores. La cursiva en párrafo aparte y separada del cuerpo del texto refiere una reproducción textual tal como los hemos registrado.

Estos casos no fueron pensados originalmente para ser abordados desde la noción de creatividad, pero en todos ellos aparece una distinción generalmente asociada a ella: la idea de lo nuevo en relación a lo viejo y, por supuesto, el problema del cambio social. Como adelanté, en cada uno de los casos tratamos con grupos que se enfrentan a determinado estado de “cosas” y relaciones que consideran como problemas sociales. Reconocen, por tal razón, la necesidad de que sean cambiadas. En este marco, la propuesta de este artículo no remite a una manera de analizar etnográficamente el cambio social, sino más bien a poner a prueba una manera posible de tratar la perspectiva de los actores al momento de encarar dicho análisis. En virtud de lo dicho, aquí simplemente nos ocupamos de explorar la posibilidad de que la noción de “creatividad social” pueda funcionar como una herramienta heurística. En función de ello, cabe explorar en primer lugar algunas elaboraciones en torno a esta noción, para luego presentar los diferentes casos y la posibilidad de que sean leídos a través de ella.

A pesar de que una diversidad de autores, y desde diferentes disciplinas, han escrito y reflexionado sobre creatividad, se trata aún de una noción que escapa a todo intento de una definición rigurosa (cf. Bröckling 2011). Lejos estoy aquí de pretender revertir esta situación. Mi intención es simplemente retomar uno de los problemas que aparece reiteradamente en los escritos sobre creatividad: la relación entre “lo nuevo” y “lo viejo”, tal como habíamos dicho, aunque sin desmerecer otras posibles (y no excluyentes) dimensiones. En este sentido, si bien estoy conscientemente reduciendo la creatividad al problema de la relación mencionada, trataré de hacerlo de tal manera que me permita abordar algunas de las otras cuestiones que también han sido trabajadas respecto de esta noción, tales como la imaginación (Williams 2000, Graeber 2001, Harvey 2000 y 2004, Cristiano 2012), las motivaciones y voluntades de los actores (cf. Graeber *op. cit.*, Harvey *op. cit.*) o la dimensión política de la creatividad (Turner y Fajans-Turner 2006, Harvey *op. cit.*).

Para delimitar el campo de aplicación, reflexiono, en primer lugar, en torno a la necesidad de descartar nociones individualistas para luego abordar, más en detalle, la relación entre “creatividad social” y “novedad”, y explorar asimismo las posibilidades de considerar dicha noción en relación con la voluntad y la intencionalidad de actores que consideran que sus acciones tienen como objetivo algún tipo de cambio social.

LA NOCIÓN DE CREATIVIDAD: ALGUNAS REFLEXIONES

Una forma de lidiar analíticamente con la noción de creatividad podría ser comenzando por cierto tipo de consideraciones que parecerán obvias, pero que permiten trazar algunos lineamientos de un punto de partida posible entre otros. Una de estas consideraciones refiere al carácter social de la creatividad. Es decir, no me voy a interesar por una noción de creatividad que ponga énfasis en la creación de “lo nuevo” como un acto individual. Otra consideración remite a la amplia diversidad de usos de la palabra “creatividad”, aspecto que nos obliga a evitar partir de una definición que nos lleve a soslayar dicha diversidad.

En su *Historia de seis ideas*, Tatarkiewicz (1997) logra rastrear algunas de las conexiones entre aquellos usos diversos de la palabra creatividad, desde la antigüedad hasta el presente. Estos resultaron, afirma el autor, en tres interpretaciones que tomaron forma en diferentes periodos: a) la creatividad como divina; b) la creatividad humana como exclusivamente artística; y c), la más reciente, aunque las otras no hayan caído en desuso, la creatividad en términos generales, es decir, en todos los campos de la actividad humana. Según esta última interpretación, “la creatividad es un concepto que tiene un ámbito muy amplio. Abarca toda clase de actividades y producciones” (292). ¿Cómo distinguir, entonces, las actividades creativas?, se pregunta luego el autor. La respuesta es sencilla, afirma: a través de su novedad. Pero...

Las obras humanas pueden considerarse *desde diferentes puntos de vista* y aquellos trabajos que son nuevos desde un cierto punto de vista no lo son desde otro enfoque. De un modo que no es nada nuevo, a partir de cualquier árbol viejo cada primavera brotan hojas nuevas. (292)

He aquí, entonces, el lugar que puede ocupar el análisis etnográfico al momento de enfrentarse al problema de la creatividad social, y esto en virtud de que, en tanto método y enfoque, la etnografía tiene como premisa tomar como parte del análisis la llamada “perspectiva del actor” o, dicho en términos clásicos, el “punto de vista nativo”. Pero como todo etnógrafo sabe muy bien, la perspectiva del actor (como artefacto analítico) está hecha, en rigor, de múltiples “perspectivas”, atribuibles a múltiples actores posicionados diferencialmente y con distintas “visiones del mundo”. No existe tal cosa como “una” perspectiva. Además, esta diversidad de perspectivas con la cual lidia el etnógrafo (y esto es otra premisa del método y del enfoque etnográficos) debe ser considerada en su contexto social.

En efecto, dicho análisis ha de dictarnos, primero, en función de qué contexto o contextos debemos considerar cada hecho y, segundo, cuáles son los criterios en función de los cuales hemos de establecer su carácter más o menos novedoso de cara a dicho(s) contexto(s). (Balbi 2013: 4)

Este componente de novedad que lleva consigo la creatividad en general es una de sus dimensiones analíticas más problemáticas. No sólo en virtud de su ambigüedad, indefinición e inasible variabilidad, sino fundamentalmente debido a que muchas veces el reconocimiento de un acto o un proceso creativo en tanto “novedad” implica la exaltación de las capacidades agenciales del individuo (Cristiano 2012). Particularmente, cuando la creatividad es entendida como encarnada en personas concretas que habrían cambiado nuestra manera de entender el mundo, o al menos parte de él. Albert Einstein, revolucionando la física; Mozart, revolucionando la música; James Watt, los procesos de producción. De esta manera, la creatividad es más simple de identificar como tal, pero el precio que se paga es que queda encerrada en personas únicas que poseyeron o poseen una capacidad de crear algo que es, asimismo, único, es decir, que no existía antes. De hecho, Marx ya había adelantado este problema en *El Capital* (1999[1867]) cuando reflexionaba en torno a la introducción de la maquinaria: “una historia crítica de la tecnología demostrará seguramente que ningún invento del siglo XVIII fue obra de un sólo individuo” (203). Si bien la historia crítica, como propone Marx, demostraría que la creatividad no es individual, nuestras formas contemporáneas de considerarla están fundadas en los individuos creativos y las influencias o efectos que su creatividad o sus obras y legados creativos tienen sobre la vida social, cualquiera sea el ámbito (el arte, la ciencia, la política o la economía) o la amplitud de sus efectos (un grupo de amigos o colegas, una comunidad local, o el planeta entero).

Teniendo en cuenta la aparente imposibilidad de construir siquiera una definición operativa de la creatividad, sólo nos queda una pregunta: ¿qué pasaría si pensamos la creatividad social sin pensar en ella? La creatividad (social e, incluso, individual) es uno de aquellos objetos de reflexión y de análisis que no pueden ser encarados en forma directa (en rigor, ningún objeto puede ser encarado de esa forma); necesitamos construir ciertas mediaciones. Con estas consideraciones en mente, Bourdieu (1990) se pregunta lo siguiente al momento de proponer una sociología del arte: “¿y quién creó a los creadores?”. Este interrogante puede ayudarnos a dar un paso más para separarnos de las posturas centradas en los individuos creativos o enfoques hagiográficos, como él dice. Nos puede ayudar también a sortear el problema de encontrar la especificidad de la creatividad como concepto a través de una definición. Si bien la pregunta fue formulada específicamente para explicar procesos hacia el interior de los campos de producción cultural, es de utilidad para pensar la creatividad social en general. “Lo que se llama 'creación' es la confluencia de un *habitus* socialmente constituido y una determinada posición ya instituida o *posible* en la división del trabajo de la producción cultural” (228). En otro lado, Bourdieu (1997) construye esta vinculación en términos de lo que denomina como los procesos de consagración específicos del campo de producción cultural. Todo cambio y/o novedad en las obras se explicaría, sociológicamente, en función de las luchas por la apropiación del capital simbólico (en su forma de capital de consagración), que desencadenan particularmente los creadores recién ingresados al campo, la llamada “vanguardia”. En dos palabras, lo que está en el centro de estas luchas es la producción de reconocimiento, tanto de los pares hacia el interior del campo como de los consumidores de las obras. Bajo esta lógica, parecería como si el creador se volviera él mismo una obra (en rigor, un producto social, como toda obra) que, una vez consagrado, se vuelve identificable por su nombre, su firma o su impronta creativa. “Lo nuevo”, desde esta perspectiva, implica una suerte de “toma de poder”, producto de luchas específicas, a través de la cual los otrora subordinados en el campo se transforman en dominantes, reemplazando tanto a creadores como a sus creaciones. Pero esta toma de poder es un proceso no intencional y, por ende, no planificado, pues responde a la relación entre el *habitus* y la lógica del campo, más que a las voluntades de los actores.

El enfoque de Bourdieu, sin embargo, abre un camino: nos permite entrar “de costado” a la creatividad generando así la posibilidad de pensar no tanto en la creatividad en sí misma, sino en los procesos sociales de su reconocimiento y en las formas en que se producen los criterios para reconocerla. En síntesis, Bourdieu nos permite pensar en términos de procesos, pero no da lugar a la posibilidad de que los protagonistas de dichos procesos puedan incidir sobre ellos en forma intencional y planificada.

Según Graeber (2001), una gran parte de la teoría social contemporánea no puede concebir que la sociedad pueda ser cambiada a voluntad. Una forma de solucionar este problema, afirma, es considerar a los sistemas sociales como estructuras de acción creativa. Esto desplazaría, dice el autor, la centralidad que tiene la noción de contrato como constituyente del orden social tanto en antropología como en sociología. Imaginar a la sociedad como un contrato, dice, es “imaginarla en términos estrictamente mercantiles” (230).

En línea con la mayoría de los autores que han pensado la creatividad, ya sea individual o social, cualquier acto creativo resulta en algo nuevo y sin precedentes, al menos en algún “grado”, afirma Graeber. La figura del arquitecto le sirve para ilustrar este asunto de la gradación. Mientras que un diseño es único, y esto considerado como una expresión de la creatividad personal del diseñador, también es obvio que implica la repetición de un tipo familiar de actividad. De esto se desprende que, al momento de darle forma material al diseño, su grado de novedad se enfrenta a patrones de acción establecidos que lo constriñen. El problema es que aquel “grado” de novedad puede ser muy pequeño. Sin embargo, decir que el grado puede ser muy pequeño y, por qué no, “mediano”, ¡o tal vez “muy grande”!, no nos resuelve la cuestión, sino que la complica aún más. La manera en que Graeber pretende salir del apuro en el que él mismo se colocó es reemplazar (a) la idea de que toda acción creativa presenta grados de novedad, por (b) la idea de que toda acción creativa presenta grados de revolución. Entonces, afirma lo siguiente: “si cada creación es en *algún* grado revolucionaria (...), ¿en qué consiste dicha cualidad?”⁴ (249). Presumiblemente, responde, en el grado en que no tiene precedentes. De esta manera, vuelve al punto de partida sin poder cerrar el círculo. En términos históricos, este carácter sin precedentes de la acción creativa se nos revelaría debido a su impredecibilidad, afirma luego. Ahora bien, si un acto creativo es impredecible, ¿cómo juega la proclamada voluntad e intencionalidad de la acción en el cambio social que, según afirma, debemos incorporar a la teoría? Cabe aclarar que, para Graeber, la acción creativa no se reduce a estas escuetas reflexiones que acabo de desarrollar críticamente. Su trabajo apunta a sentar las bases de una teoría del valor proponiendo el concepto de acción creativa para adaptar el concepto de trabajo de Marx al análisis de sociedades en las cuales la fuerza de trabajo no es una mercancía. Aquí estamos aislando sus reflexiones en torno a la relación entre creatividad y novedad, movimiento que no hace justicia a la obra de Graeber en su totalidad, pero que nos sirve para ilustrar lo intrínsecamente problemática que es la relación al momento de analizarla. ¿Cómo resolver estos problemas? ¿Se pueden determinar estos grados de novedad? En caso afirmativo, ¿no estaríamos, como analistas o investigadores, emitiendo un juicio valorativo y normativo al determinar que tal o cual acción (o conjunto de acciones) tienen un grado mayor o menor de novedad? Además, ¿novedad con respecto a qué?, ¿novedad para quién?

LA POLÍTICA DE LA NOVEDAD

⁴Original en inglés, traducción propia.

Tiempo atrás (entre el año 2002 y fines del 2003), me enfrenté a este tipo de discusiones al momento de realizar trabajo de campo etnográfico entre productores y consumidores de lo que, por entonces, se dio en llamar el *nuevo cine político*. Se trataba de cine documental en video cuyos realizadores tenían el propósito de *utilizar el cine como una herramienta de lucha, mostrando y denunciando lo que los medios de comunicación no mostraban acerca de la crisis social, económica y política* que vivía la Argentina en esos tiempos. En relación al cine político de fines de los sesenta y de los años setenta, fueron denominados *la generación del nuevo cine político*. Aquel cine comenzó a ser referenciado, en virtud de esta *nueva* generación, como el *viejo cine político*. Filmaban y proyectaban sus películas en fábricas, bajo control obrero, en asambleas barriales, y entre los movimientos de desocupados. Salían a la calle a filmar durante los momentos de represión, porque entendían asimismo que los medios masivos de comunicación *ocultaban o tergiversaban la realidad* (Koberwein 2006).

No encaré el asunto desde el lado de la creatividad, pero vale el ejemplo para reflexionar un poco. Lo que me llamó la atención por entonces, y que traigo a cuenta aquí, es que otros grupos de realizadores documentales negaban la existencia de algo *nuevo*, pues consideraban que aquello no podía ser siquiera asociado con el cine de los años setenta. Las razones que esgrimían eran tanto relativas a cuestiones estrictamente cinematográficas (técnicas, estéticas, etc.) como a las intenciones políticas de los realizadores del *nuevo cine*. No viene al caso desarrollar esto aquí. Lo relevante es que la discusión entre lo *nuevo* y lo *viejo* expresaba un conflicto entre grupos de realizadores de cine documental que giraba en torno a qué significaba utilizar el cine como una *herramienta para la lucha y el cambio social*. La pregunta analítica, en este caso, apuntaba a dilucidar por qué algunos afirmaban que el *nuevo cine político* era *nuevo*, y otros lo negaban rotundamente. Lo que quiero remarcar es que asociar la creatividad con la novedad es problemático si no ponemos esta relación en contexto, es decir, sometiéndola al material empírico. Es problemática, al menos, si queremos hacer una etnografía de la creatividad social. En función de estos problemas, cabe mencionar a Bröckling (2011), quien advierte acerca del riesgo de caer en una suerte de “juego de espejos” al momento de tratar la relación entre novedad y creatividad. El intento de asir esta relación, afirma, se transforma en una suerte de regresión infinita. En todo lo nuevo podemos encontrar lo viejo, ya sea modificado, ya sea como base sobre lo cual lo nuevo se construye, o aquello de lo cual se separa. Y, realizando la operación inversa, ocurre exactamente lo mismo, afirma. Cuanto más analizamos la relación, ya sea para encontrar lo nuevo o lo viejo, tanto más nos lleva hacia la dirección contraria. En esta línea, concluye que el carácter creativo de cualquier cosa “se deja afirmar tanto como refutar con los mismos argumentos. (...) Lo único que decide es la dirección de la mirada”.⁵ (235-236).

⁵Original en alemán. Traducción propia.

Este riesgo especular sobre el cual nos advierte Bröckling, queda minimizado si consideramos la creatividad en primer lugar como un proceso y, en segundo lugar, un proceso que implica la tensión entre lo viejo y lo nuevo. La manera en que esta tensión se manifieste quedará en evidencia en cada caso en particular. En este sentido, y analizada en su contexto, la tensión puede adoptar formas variables y diversas: ¿quiénes, cuándo, de qué manera y frente a qué o quiénes consideran que lo que están haciendo, produciendo o proclamando es *nuevo*? En función de ello, ¿qué es lo que es identificado o reconocido como *lo viejo*? Puesto de esta manera, podríamos decir que se trata de un problema político. Pero veamos otros ejemplos.

Entre los años 2006 y 2010 me embarqué en una investigación a través de la cual analicé la implementación de un programa de microcréditos que es gestionado a nivel nacional por el Ministerio de Desarrollo Social, conocido como Banco Popular de la Buena Fe. Quienes lo formularon y diseñaron consideraban que el programa se insertaba en un *nuevo paradigma* de políticas sociales que tendría como objetivo *romper con las viejas prácticas clientelares* asociadas al *Estado de la época neoliberal* en la Argentina. Entregar créditos con interés para ser invertidos en proyectos de trabajo (tal es la condición para recibir el dinero) implicaba, por la misma noción de crédito, que los beneficiarios estaban devolviendo algo del mismo carácter que lo recibido. Es decir, no se trataría de *favores por votos*. Este *nuevo paradigma* era considerado como una *ruptura* con el *viejo paradigma neoliberal*, recién mencionado, y expresaba, desde el punto de vista de los actores, una forma distinta y, por ende, nueva de entender la *relación entre el Estado y la gente*. En contraposición al *Estado* anterior (el de la *época neoliberal* visto como el responsable de *la exclusión, el desempleo y la pobreza*) el *nuevo paradigma* viabilizaba un *Estado* creador de empleo y proveedor de ayuda a los *excluidos y empobrecidos para que puedan mejorar su calidad de vida*. La idea implícita era que el Estado volvía a estar *cerca de la gente, cerca de la comunidad* (Koberwein 2012).

Aquí, entonces, la tensión se encuentra dirigida hacia un pasado que se quiere superar. Para el caso de los realizadores de documentales, la tensión se expresaba en el presente, en el conflicto entre diferentes grupos de productores de cine, y se proyectaba también hacia el pasado, pero en términos de continuidad y no tanto de ruptura.

Vayamos a otro programa de microcréditos (en rigor no es un programa, sino una empresa propiamente dicha): el mundialmente conocido *Grameen Bank*, del cual el Banco Popular de la Buena Fe adopta su metodología, aunque de formas sutilmente distintas. La *metodología Grameen* implica que cada solicitante del préstamo debe agruparse con otros cuatro para que el grupo de cinco así formado oficie de *garante solidario* frente al banco. Esta *metodología* de microcréditos, que comenzó a expandirse mundialmente y con fuerza hacia la década de los noventa, era reconocida (y lo es todavía hoy) como *una revolucionaria forma de combatir* la pobreza. Habría sido *inventada* por un economista bangladesí llamado Muhammad Yunus en 1976. Por esta innovación, Yunus obtuvo el Premio Nobel de la Paz en el año 2006. Una de las discusiones que al respecto se dieron en la academia intentó responder la siguiente pregunta: ¿había Yunus realmente inventado estos microcréditos? Algunos autores decían que sí, pero rescataban ciertas influencias de otros economistas en otras universidades fuera de Bangladesh. Otros, sus más fervientes seguidores (y por supuesto el mismo Yunus), reconocían el *invento* como propio. Sin embargo, algunos analistas que no podían (ni querían) reconocer que el microcrédito había sido inventado de la nada, se dedicaron a trazar sus raíces históricas. La idea misma de “lo nuevo” en relación a “lo viejo” era así puesta en debate y discusión (Koberwein 2012).

Esta metodología se presentaba también como *novedosa* en una explícita ruptura con las intervenciones del Estado sobre la pobreza. Se presentaba como *única*, además, porque los balances del banco demostraban que era una empresa rentable y se podían generar beneficios financieros prestándole dinero a los pobres. Este fue un punto particularmente conflictivo, llevando incluso a varios analistas a acusar al *Grameen Bank* de manipulaciones contables sobre los balances (Morduch 1999). Para otros, aunque reconozcan que el *Grameen* se apoya en una historia de cooperativas y mutuales de crédito e intervenciones estatales, la *novedad* de su *metodología* residió en su *efectividad*, pues otras iniciativas similares habrían fracasado rotundamente. Personalmente considero que dicha *efectividad* fue construida en un complejo entramado de producción e imposición de sentido que, a través de un trabajo sistemático que realizaron Yunus y sus seguidores, resultó en la “evidencia” de que su empresa podía generar beneficios financieros y, al mismo tiempo, una “solución” para la pobreza (Koberwein 2012). Lograron así que el *Grameen Bank* fuera financiado por una amplia comunidad internacional de donantes privados y que recibiera, asimismo, abultadas partidas dinerarias de los organismos multilaterales para que su iniciativa fuera replicada en todo el mundo.

Otra idea *revolucionaria* del *Grameen* habría sido que, a través de sus créditos, posibilitaba el *empoderamiento de la mujer* (sus principales beneficiarios son mujeres). Esta *novedad* también generó conflicto cuando diversos autores como Karim (2008) o Goetz y Gupta (1996) probaron todo lo contrario: que incluso, en el contexto en donde se había supuestamente inventado el microcrédito de tipo *Grameen*, este reforzaba el sometimiento de las mujeres.

La relación entre “lo nuevo” y “lo viejo” se presenta así como un conflicto por la definición de qué es lo nuevo y qué es lo viejo. En estos casos, además, *lo nuevo* implica crear situaciones y relaciones que se entienden y se proclaman como inexistentes. Así, uno de los objetivos de los documentalistas era *colectivizar las luchas*, a través de la circulación de sus películas, para que obreros de fábricas recuperadas de Jujuy, supongamos, se enteraran de la *realidad* que tenían en común con obreros de Capital Federal, evidenciando así la necesidad de una *lucha en conjunto*. Se entendía, además, que los medios masivos de comunicación *no mostraban estas realidades* o, si lo hacían, *las tergiversaban*. De esta manera, los objetivos de los cineastas eran los de *visibilizar la lucha* y, al mismo tiempo, *generar las condiciones para su continuidad*.

Para el caso del Banco Popular de la Buena Fe, el microcrédito es una manera de *reconstruir el tejido social* que se habría *roto luego de más de veinte años de neoliberalismo*. Darle los medios *a la gente* para que genere su *autoempleo* a través de los créditos sería una de las herramientas para lograr esta *reconstrucción*. Aquí nos enfrentamos, finalmente, con las intencionalidades y las voluntades. En cada uno de los contextos mencionados, los actores persiguen ciertos objetivos que consideran socialmente importantes en virtud de algún problema que debe resolverse: *la falta de empleo y el consecuente resquebrajamiento del tejido social, la tergiversación de la realidad que realizan los medios masivos de comunicación y la necesidad de colectivizar la lucha, el desarrollo de un banco para pobres que genere beneficios financieros y que empodere a las mujeres*. Podría pensarse si es posible considerar el problema de la novedad que trae consigo la creatividad social en términos de la manera en que la tensión entre *lo nuevo y lo viejo* se manifiesta en las relaciones entre los actores que proclaman estar realizando (creando) algo nuevo. Porque tan creativa puede ser la creación de nuevos nichos para el mercado de dinero, como hizo Yunus, como *visibilizar las luchas de una manera diferente a los medios de comunicación que la tergiversan*.

Turner y Fajans-Turner (2006) nos brindan un ejemplo para seguir pensando sobre creatividad social. No hablan estrictamente sobre creatividad, pero sí sobre innovación política, lo cual nos brinda ciertos elementos para traerlo a cuenta aquí. En el marco de la resistencia a un proyecto del Estado brasileño para instalar una serie de diques en su territorio, los Kayapó se movilizaron políticamente entre los años 2003 y 2006. El punto culminante de esta lucha política fue un encuentro en donde “todas las comunidades Kayapó se reunieron por primera vez bajo una causa y un liderazgo común” (6).⁶ Durante dicho encuentro, dice el autor, se expresó un sentimiento general de estar participando de algo nuevo e importante: la emergencia de la unidad política de los Kayapó. La manera en que lo nuevo se puso en evidencia fue la creación de una ceremonia nunca antes realizada y compuesta, específicamente, para dicha ocasión. El ritual “dramatizó el llamado a la unidad por la defensa colectiva y renovada de la sociedad Kayapó como una comunidad política” (ibídem).⁷

⁶Original en inglés, traducción propia.

⁷Original en inglés, traducción propia.

Nos encontramos nuevamente con la novedad en relación con objetivos específicos y formulados por los actores en función de modificar una situación, o un estado de relaciones, que consideran socialmente problemática. En este caso, la oposición a un proyecto del Estado brasileño para construir una serie de diques en territorio Kayapó. Este ejemplo nos permite, a su vez, pensar lo siguiente: al “modificar la realidad”, los Kayapó “se modificaron a sí mismos”. Lo que aquí se está creando es no sólo un ritual novedoso, sino, fundamentalmente, relaciones sociales y puede decirse lo mismo para los demás ejemplos. De esta manera, la creatividad social se puede considerar en términos de la creación de nuevas formas sociales y arreglos institucionales (Graeber 2001) que entran en tensión y en conflicto con formas consideradas “viejas” o “anteriores”.

Nos resta trabajar un caso. Lo hemos dejado para el final debido a que la manera en que se expresa la tensión entre lo nuevo y lo viejo no es tan clara, aunque hay ciertos elementos que podemos mencionar. Este caso además nos permitirá vincular lo “individual” de la creatividad como parte de procesos creativos más amplios. Es decir, sociales. Para ello nos desplazamos ahora hacia la provincia de Córdoba para tratar con una situación que es considerada por los actores como una *crisis* de un tipo particular: una *crisis hídrica*. La idea de que las crisis pueden ser momentos creativos para la transformación y la creación de nuevas relaciones sociales no es nueva (Rosato 2013). Ya vimos, en un ejemplo anterior, cómo la *crisis del 2001* visibilizó, para ciertos actores, ciertos problemas sociales (como la *tergiversación de la realidad* por parte de los medios de comunicación o la *colectivización de las luchas*) que debían ser revertidos. Tomaron entonces en sus manos la solución que consideraron más adecuada dentro de sus posibilidades de acción: salir a filmar la *realidad* y hacer circular las películas. En el caso que trataremos a continuación, se trata de un tipo de *crisis* muy diferente: la falta de agua para una serie de poblaciones locales en Sierras Chicas, Córdoba. Queremos explorar, con este ejemplo en particular, la idea de que las *crisis* pueden ser oportunidades para la transformación (cf. Rosato 2013) y para la acción creativa (Graeber 2001).

El problema del agua potable ha estado presente en la agenda pública de la provincia de Córdoba desde hace más de una década. En las Sierras Chicas en particular, comenzó a manifestarse como uno de los efectos de la *falta de lluvias*, del *sostenido crecimiento poblacional* de las localidades del área, y de la *falta de inversión en infraestructura por parte del Estado*. A partir de entonces, la provisión del recurso para las poblaciones locales se tornó objeto de una serie de debates que giran alrededor de las causas, las responsabilidades y las soluciones a una situación que se vivió y se vive como una *crisis*. Este debate implica el protagonismo de funcionarios y políticos de los distintos niveles de la jerarquía burocrático-administrativa del Estado, de Cooperativas de Servicios Públicos, Organizaciones No Gubernamentales y agrupaciones de vecinos. La situación hídrica de cada localidad es, desde cierto punto de vista, muy variable. Por cuestiones tanto de espacio como de argumento no voy a desarrollar las razones de esto aquí. Lo que quiero remarcar es que cada localidad tiene problemáticas específicas y particulares en cuanto a la *crisis hídrica*, relativas a cuestiones tales como la cantidad de población y la magnitud del componente urbano, el estado de la infraestructura, las formas diferenciales de gestión del agua y la diferente participación y competencia de las agencias estatales y no-estatales en cuanto a los recursos hídricos refiere.

Sin embargo, recientemente han surgido iniciativas de agrupaciones de vecinos y ONGs que proclaman que el problema de la *crisis hídrica es regional*, debido a que está relacionado con factores comunes a todas las localidades, como ser: *la especulación inmobiliaria y la edificación descontrolada, el desmonte, los incendios, la contaminación*, etc. En este sentido, los actores expresan que el problema del agua se relaciona no sólo con otros tantos problemas ambientales y sociales, sino que para enfrentarlos hay que unirse y generar instancias supra-locales de relación que no están dadas ni disponibles, sino que deben ser creadas, invirtiendo tiempo, trabajo y recursos para lograrlo. Veamos esto un poco más de cerca.

En la zona hay varias reservas hídricas, algunas de reciente creación, otras que se remontan hasta los años 80. Varias de ellas se encuentran *a medio camino*, es decir, están creadas legalmente, pero no reglamentadas. Algunas son de carácter comunal, otras caen bajo la órbita municipal, mientras que también nos encontramos con áreas protegidas que caen bajo la jurisdicción nacional. Las relaciones que llevaron a la creación y situación actual de cada una de ellas es demasiado compleja para tratar aquí. Cabe mencionar, sin embargo, que a esta dinámica de creación de reservas subyace un conflicto social mucho más amplio relacionado con el control, la apropiación y uso de la tierra en relación con el recurso hídrico. Las reservas comunales y municipales tienen, cada una de ellas, una historia propia que se explica en función de iniciativas, procesos, negociaciones y conflictos específicamente locales. En ciertos lugares, reservas municipales lindan con reservas provinciales, pero sus respectivos procesos de creación y gestión pueden ser totalmente independientes.

Sin embargo, uno de los efectos (deseados) de la creación de aquellas relaciones supra-locales, que hemos mencionado, fue la revitalización de un proyecto de larga data que plantea la creación de un *cordón de reservas hídricas interconectadas* de norte a sur, a lo largo de toda la sierra, bajo el cual las diferentes reservas existentes y las iniciativas de nuevas reservas comiencen paulatinamente a subsumirse. De esta manera, lo que antes era un problema estrictamente “local” (la creación o la reglamentación de una reserva comunal, por ejemplo) comienza a tratarse como enmarcado en problemas e iniciativas más amplias, insertándose, de esta manera, en un conjunto de relaciones no contempladas originalmente. Si bien aquí no hay un conflicto explícito entre algo que se proclama como nuevo y otra cosa que comienza, en virtud de ello, a considerarse como viejo, los actores reconocen que lo regional es una forma de acción y de relaciones que hay que crear en forma intencional y planificada. En este sentido, la creación de estas relaciones es reconocida por los actores como tal. Podría aplicarse, entonces, aunque con reservas, la idea de que se está creando algo “nuevo” aún cuando la tensión con lo “viejo” no esté siendo puesta en juego de forma tan contundente como en nuestros casos anteriores.

Uno de los problemas centrales de la *crisis hídrica*, y que se ubica en el centro del debate público, es el desmonte. Según datos que manejan diversas agrupaciones ambientalistas, en la provincia de Córdoba sólo queda un 5% del bosque nativo original. Una de las razones de esta situación es el avance de la frontera agropecuaria. Pero, en las sierras, en donde la agricultura industrial es muy dificultosa, la principal causa del desmonte es hoy el avance de la construcción y del mercado inmobiliario, así como los incendios forestales.⁸ En las sierras, en donde *aún queda algo de bosque nativo, al menos gran parte de ese 5%*, como nos decía un funcionario de una de las municipalidades, el problema de la deforestación está tomando un estado crítico y, según muchos especialistas de la zona, es una de las principales causas de la *crisis hídrica* debido a razones ecológicas que no viene al caso detallar aquí.

Por lo tanto, la forestación, o la re-forestación, es una de las principales preocupaciones de las agrupaciones ambientalistas. En virtud de un conflicto político y legal que discurre tanto a niveles provinciales como locales en torno a la aplicación de la ley de bosques, tanto la preservación del monte nativo como la reforestación se encuentran frente a serias dificultades para su efectiva puesta en práctica. De hecho, en una de las localidades de las sierras, el principal conflicto en torno a los recursos hídricos pone en el centro de la cuestión la ley de bosques. Varios emprendimientos inmobiliarios se han puesto en marcha en zonas consideradas por la mencionada ley como “zonas rojas”⁹, en las partes altas de las sierras, ubicándose en las cercanías de las nacientes de los arroyos y de los reservorios que proveen de agua a localidades que se encuentran, lógicamente, más abajo, en el faldeo de las sierras. Una de las tantas cuestiones que provocan malestar e irritación a los vecinos de las localidades cercanas, es el hecho de que una empresa inmobiliaria está promoviendo la construcción y parquización de terrenos en términos de *sustentabilidad ecológica y armonía con el ambiente*, publicitando además que repondrá el bosque nativo. Este *discurso*, afirman algunos, es completamente falso. Fue *armado*, dicen, como respuesta a las acciones políticas que tomaron los vecinos para visibilizar e intentar impedir los daños ambientales que la puesta en práctica de dicho emprendimiento estaría generando y que generará.

Recientemente tuve la oportunidad de participar de una de las manifestaciones y movilizaciones hacia la zona del emprendimiento. Dicha movilización tuvo como objetivo reclamar que se respetara la ley de bosques en el lugar y que se frenara la construcción así como la venta de lotes. En la entrada al emprendimiento, me mostraron las razones de su malestar e irritación respecto del *discurso ecológico* de la empresa. *Efectivamente están parquizando con árboles nativos*, me dijeron. *Mirá, todos esos son Aguaribay, recién plantaditos. Si, son árboles nativos, pero son nativos de otro lado.*

⁸Hacia principios del siglo XX, el desmonte en las sierras chicas de Córdoba estuvo relacionado con la producción de cal para la construcción, cuya materia prima se extraía de las mismas sierras. La industria de cal demandaba el funcionamiento de hornos alimentados a leña que funcionaban las 24hs del día, los 7 días a la semana. Según datos que obtuvimos conversando con descendientes de los primeros pobladores inmigrantes de la zona, un solo hachero podía producir en aquella época entre 2,5 y 3 toneladas de leña por día.

⁹Las zonas rojas son sectores considerados legalmente como de máximo nivel de conservación. Por lo tanto, no deben ser transformadas por la actividad humana. Incluyen áreas que, por sus ubicaciones relativas a reservas, por su valor de conectividad (es decir, por su funcionamiento como corredores biológicos que conectan zonas de reserva), por la presencia de valores biológicos sobresalientes, y/o por la protección de las cuencas que ejercen, ameritan su persistencia como bosque a perpetuidad.

Tanto como acto de protesta como en términos de una solución a este problema de la presencia de árboles no autóctonos, una de las acciones que se llevaron adelante durante la manifestación (además de las exposiciones de diferentes vecinos y de los legisladores provinciales que participaron brindando su apoyo) fue que se *bombardeó* el lugar con *bombas de semillas*. Estas *bombas*, de forma redonda y de dimensiones que oscilan entre el tamaño de una pelota de tenis de mesa y una pelota de tenis de cancha, están compuestas de arcilla, tierra y semillas de flora autóctona. No fueron inventadas en Córdoba ni por los ambientalistas de la sierra. Algunos rastrean su origen hasta Londres, atribuyéndole la idea a un *jardinero de guerrilla*; otros comentan que es una práctica habitual en el Japón o que fue invento de un japonés... no interesa demasiado. El objetivo de estas *bombas de semilla* es “lanzarlas” a mano en zonas a las cuales no se puede acceder o no se puede sembrar de otra manera, como pueden ser los terrenos privados en donde está prohibido el acceso, lugares muy escarpados o cuya accesibilidad está restringida por cualquier otra razón. En este caso, se trató de evitar el ingreso al espacio del emprendimiento inmobiliario para evitar también cualquier tipo de reclamo por parte de la empresa que pudiera impactar negativamente en el desarrollo de la manifestación, ya que también hay acciones y conflictos legales de por medio.

Cada uno de los presentes debía tomar una de estas *bombas* y colocarla donde creyera conveniente, siguiendo sólo un par de indicaciones como para no desperdiciar ninguna de las “municiones”. Justo antes de que empezara la actividad, uno de los miembros de la agrupación de vecinos hizo una propuesta:

propongo que les cambiemos el nombre a estas bombas. Dejemos de llamarlas así, porque es muy agresivo. Esta gente ya nos acusó de ser agresivos, así que en vez de llamarlas bombas, propongo que las llamemos almóndigas, así, con “m”. En vez de tirarles bombas, digamos que les damos de comer estas almóndigas. Pero no podemos dejar de ser agresivos, así que tenemos que darles una muestra de nuestra real agresividad. Cada media hora, propongo que hagamos esto...

Acto seguido, flexionó las rodillas, levantó ambos brazos estirándolos por encima de su cabeza, y quebró las muñecas hacia abajo haciendo un gesto tal que dio a entender que sus manos eran feroces garras. Al mismo tiempo, mostró sus dientes como lo haría un perro que está a punto de abalanzarse sobre otro en una pelea, e imitó el rugido de algún monstruo cinematográfico o real bestia salvaje que, aunque no fuimos capaces de identificar a ciencia cierta de qué monstruo o bestia se trataba, provocó una risa generalizada y las felicitaciones del público. Luego caminamos hacia las cercanías de la toma de agua que provee a las localidades donde viven los vecinos que se estaban manifestando. Allí se dijeron algunas palabras alusivas a la *excelente calidad actual del agua* y a la futura contaminación, en el caso de que se construyeran viviendas en las cercanías. Se pronunciaron también algunas palabras alusivas a la situación judicial del conflicto y, luego, la zona fue *bombardeada / almondigada*.

¿Estamos ante acciones que pueden llamarse creativas? Intuitivamente podemos decir que sí, pero ¿cómo podemos conectar esto con la creación de nuevas relaciones sociales y formas institucionales? Anteriormente mencionábamos que Graeber (2001) afirmaba que los “grados” de novedad que presenta la creatividad social pueden considerarse (aunque no medirse, claro) en términos del grado en que dicha acción supera los patrones establecidos que constriñen la acción, tal como le sucede al arquitecto que pretende realizar un diseño novedoso. Pero para que su diseño sea creativo deberá, en algún grado, trascender, superar o sortear esos constreñimientos. En estos términos, Graeber está pensando en la “distancia” que hay, si podemos llamarla de esta manera, entre la imaginación individual y la acción social. Una mirada interesante, por cierto, pero, en su concepción, la distancia no se resuelve. Nos encontramos, por otra parte, con la condición de que, para ser creativo, el arquitecto debería conocer cuáles son los constreñimientos a su creatividad o cuáles son los patrones establecidos que estaría reproduciendo y cuáles serían “nuevos”. No todo arquitecto es capaz de hacer esto. De hecho, la distancia entre la imaginación individual y la acción creativa nos remite a cuestiones no resueltas en las ciencias sociales en general, y no le podemos pedir a Graeber que las resuelva. Pero podríamos encarar el asunto desde otro lado. Podríamos pensar que, en ciertas ocasiones, los constreñimientos son tales que, para superarlos o para mitigar sus efectos, se recurre a “soluciones” creativas, como es el caso de las *bombas de semilla* para reforestar lugares a los que no se puede acceder o hay que hacerlo rápidamente. Intuitivamente podríamos decir que se está poniendo en juego la creatividad. Pero, de esta manera, la noción de creatividad no forma parte del análisis. Es, simplemente, un adjetivo que describe algo, que adjetiva e, incluso, clasifica a ese algo como “creativo”. Una alternativa podría ser considerar a la creatividad como función de los procesos de producción social (Balbi 2013) y así considerarla en su relación con procesos sociales más amplios. De esta manera, ya no deberíamos hablar de un “acto creativo” sino de la creatividad como un aspecto, como parte de procesos de producción social. En definitiva, en términos de la imbricación de ese supuesto acto creativo “individual” en el mundo social donde se despliega.

La jocosa (y, por qué no, creativa) propuesta de mostrar la *real agresividad* no fue un acto aislado ni individual. Fue un acto de un solo individuo, es cierto, pero formó parte de un proceso mucho más amplio o, en su defecto, de una serie de actividades y acciones interconectadas, conexión que fue, y esto es importante, manifestada durante esta acción aparentemente individual: *ya nos acusaron de agresivos*. Pero además de proyectarse hacia el pasado, este “acto” se plantó en el presente y se proyectó hacia el futuro: evitar un daño ambiental. Este “acto creativo”, si así queremos llamarlo, toma tal carácter y sentido en el marco de un conflicto entre la agrupación de vecinos, el Estado Provincial (en cuanto a la aplicación de la ley de bosques) y la empresa que lleva adelante el emprendimiento inmobiliario. Se trata de un conflicto que implicó, además, idas y venidas legales que llegaron a instancias judiciales y que se encuentran actualmente en proceso, en el marco de un conflicto de larga data, con amparos e imputaciones de por medio. No fue un acto individual, aunque sí individualizable, porque el sentido del mismo estuvo dado, además, por la presencia de una audiencia en un contexto específico. Fue tanto la audiencia la que le dio sentido como su imbricación en un proceso social mucho más amplio, un proceso de producción de relaciones sociales en el marco de objetivos e intenciones que pretenden cambiar cierto estado de situación que es considerado como socialmente problemático.

Todas las propuestas concernientes al medio ambiente son, necesaria y simultáneamente, propuestas de cambio social (Harvey 2004). Si consideramos además que todo cambio social implica, por definición, un cambio en las relaciones sociales, y si entendemos con Graeber (2001) que una de las maneras de considerar el cambio implica atender a las acciones creativas que lo sostienen, también podríamos decir, con Godelier (1989), que una nueva relación social sólo puede surgir o crearse si es pensable y realizable. Los seres humanos, en el curso de su existencia, “inventan nuevas maneras de pensar y de actuar sobre ellos mismos así como sobre la naturaleza que los rodea. Producen, pues, la cultura y fabrican la historia” (17).

La noción de creatividad social puede considerarse, entonces, como una manera de entender las formas concretas y específicas que el proceso general de producción de la sociedad adopta en contextos diversos. Si bien se nos puede aparecer ante la experiencia como un acto individual, en rigor la creatividad social implica un proceso abierto en constante movimiento. Entonces, los “actos” creativos se nos pueden aparecer ante la experiencia directa como “individuales”, pero debemos estar atentos a su lugar en el proceso más amplio de la producción social. En este sentido, la etnografía de la creatividad puede aportar una manera de seguir afinando los debates teóricos en torno a esta noción que, si no fuera todavía hoy escurridiza, ambigua y problemática, no valdría la pena ocuparse de ella.

PALABRAS FINALES

Hemos explorado aquí algunas de las dimensiones de la creatividad social en diferentes contextos. Pero ¿estamos en condiciones de afirmar que los casos están extraídos de procesos que podemos llamar creativos? Creo que, en principio, sí. Pero no podemos reducir la creatividad, exclusivamente, a lo expuesto respecto del problema de la novedad u originalidad. En este sentido, el trabajo está incompleto. Faltaría tratar, entre otros, el tema de la imaginación, tan recurrente en los análisis sobre la creatividad (social o no). Cabe la posibilidad de que esa dimensión imaginativa pueda ser asociada a la planificación de los objetivos colectivos y el establecimiento de metas públicas y, entonces, deberíamos explorar la cuestión con el mismo espíritu que nos llevó a preguntarnos acerca del poder de definición de “lo nuevo” y “lo viejo”: ¿quién define aquellos objetivos y metas públicas?, ¿cómo se hacen públicas?, ¿quién o quiénes están en posición de definir tales cosas?, ¿cómo se produce la importancia social y el reconocimiento de que por aquéllos objetivos vale la pena invertir tiempo y trabajo?

D. Harvey (2004) afirma que no hay un sólo momento en el proceso social que carezca de potencialidad para la actividad transformadora: nuevos imaginarios y discursos, nuevos rituales o configuraciones institucionales, nuevos modos de interacción social. Para el autor, esto es casi un supuesto. Sin embargo, una de las preguntas centrales para encontrar el *locus* del cambio social es preguntarse acerca de la manera en que estas potencialidades y posibilidades son controladas, afirma. Entonces, como proceso intencional de creación de relaciones (o cambio en las existentes) en función de problemas que se consideran socialmente importantes y se pretenden revertir, un enfoque de la creatividad como dimensión de los procesos de producción social implicaría preguntarse quién controla los procesos creativos; es decir, quién o quiénes definen (porque tienen el poder y los recursos para hacerlo) qué es lo nuevo o lo viejo, o cuáles son los objetivos que valen la pena, etc.

Pero, en este sentido, no hay persona más creativa que un empresario. J. A. Schumpeter es reconocido como el economista que acuñó el concepto de “destrucción creativa” para describir cómo se comporta cualquiera de ellos. Lo que mantiene en constante movimiento al capital es la creación de nuevos bienes de consumo, nuevos mercados y formas de organización en el marco de un “proceso de mutación industrial (...) que revoluciona incesantemente la estructura económica *desde dentro*, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos” (1968: 121). Será tal vez por ello que Bröckling (2010) afirma que el concepto de creatividad está “contaminado”, pues se lo asocia con la innovación empresarial. Creativo, en el sentido “impuro” del que habla Bröckling, es aquello que aporta a la creación de plusvalor y logra el crecimiento. Para D. Harvey (2012), la destrucción creativa del territorio, esto es, la creación de “nuevas relaciones espaciales para las interacciones humanas, es uno de los logros más señalados del capitalismo”. (159).

Frente a este panorama, ¿cuál es la especificidad de los procesos creativos que hemos trabajado a lo largo de los ejemplos? La creatividad, en términos de lo nuevo y lo viejo, ¿es explicativa de algo? Si, como propone Cristiano (2012), la creatividad “tiene interés en el marco más general de una teoría social crítica”, la especificidad de los diferentes procesos creativos, ¿puede encontrarse en la relación entre lo nuevo y lo viejo? No tenemos la respuesta, pero aún cuando fuera afirmativa, no creemos que sea este el único aspecto para tratar en relación con la creatividad. Aquí hemos abordado algunos ejemplos en donde el problema de la novedad se nos presenta como un problema para los actores, cuestión que nos llevó a preguntarnos acerca de quién define qué es lo nuevo y qué es lo viejo, y quién tiene la capacidad para hacerlo. De esta manera, la creatividad social se vuelve un problema político. En nuestro último caso, no nos hemos encontrado con tensiones explícitas entre lo nuevo y lo viejo en términos de entender la creatividad como política en ese sentido. Pero el camino tal vez pueda ser el inverso: es la política misma la que nos permite leer un acto aparentemente individual en términos creativos, aunque sólo si entendemos que no existen actos creativos individuales y sólo si consideramos la creatividad como parte de los procesos de producción más abarcativos. Es decir, como parte de la producción misma de la realidad social.

BIBLIOGRAFÍA

- Balbi, F. (2013). La “creatividad social” como función de los procesos de producción social. Ponencia presentada en la *X Reunión de Antropología del Mercosur*. Córdoba, UNC.
- Balbi, F. y A. Rosato. (2003). Introducción. En A. Rosato y F. Balbi (Eds.), *Representaciones sociales y procesos políticos. Estudios desde la Antropología Social* (pp.11-27). Buenos Aires: Antropofagia.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México. Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1997). *Las reglas del arte*. Barcelona. Anagrama.
- Bröckling, U. (2010). Kreativ? Das Wort ist vergiftet. Entrevista realizada por Thomas Assheuer para la revista *Zeit Online*, N° 45. Disponible en: <http://www.zeit.de/2010/45/Interview-Broeckling> [consulta: oct. 2013].
- Bröckling, U. (2011). Über Kreativität. En Brainstorming. En C. Menke und J. Rebentisch (HRSRG.), *Kreation und Depression. Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus* (pp. 235-243). Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Cristiano, J. (2012). La creatividad como aspecto de un replanteamiento de la teoría sociológica de la acción. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 33(106), pp. 53-62.
- Godelier, M. (1989). *Lo ideal y lo material. Pensamiento, economías, sociedades*. Madrid. Taurus.
- Goetz, A. M. y Gupta, R.S. (1996). Who takes the credit? Gender, power, and control over loan use in rural credit programs in Bangladesh. *World development*, 24(1), pp. 25-63.
- Graeber, D. (2001). *Toward an Anthropological Theory of value. The false coin of our own dreams*. New York. Palgrave.

- Harvey, D. (2000). *Espacios de esperanza*. Madrid. Akal
- Harvey, D. (2004). *Justice, Nature & the geography of difference*. Oxford. Blackwell
- Harvey, D. (2012). *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*. Madrid. Akal.
- Karim, L. (2008). Demystifying micro-credit. The Grameen Bank, NGOs, and Neoliberalism in Bangladesh. *Cultural Dynamics*, 20(1), pp. 5-29.
- Koberwein, A. (2006). *El cine y los movimientos políticos. Un análisis antropológico de la articulación entre procesos de producción cultural y procesos políticos*. Tesis de licenciatura del Departamento de Ciencias Antropológicas. Buenos Aires: UBA. CD-ROM
- Koberwein, A. (2012). *Microcrédito, relaciones personalizadas, economía y política. El crédito para los pobres, de Bangladesh a la Argentina*. Buenos Aires. Antropofagia.
- Koberwein, A. (2013). La creatividad social, entre lo nuevo y lo viejo. Algunos ejemplos. Ponencia presentada en la *X Reunión de Antropología del Mercosur*. Córdoba, UNC.
- Marx, C. (1999). [1867]. *El Capital. Crítica de la economía política*. México. FCE.
- Morduch, J. (1998). Does microfinance really help the poor? New evidence from Flagship Programs in Bangladesh. *Department of Economics and HIID*. Harvard University
- Ollman, B. (2003). *Dance of the Dialectic. Steps in Marx's Method*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Peirano, M. (1995). *A favor da etnografía*. Rio de Janeiro. Relume-Dumará.
- Rosato, A. (2013). El papel de la “creatividad” en la producción de sentido: separando y uniendo economía y política. Ponencia presentada en la *X Reunión de Antropología del Mercosur*. Córdoba, UNC.
- Schumpeter, J.A. (1968). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Buenos Aires. Hyspamérica
- Tatarkiewicz, W. (1997). La creatividad: historia del concepto. En *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética* (pp. 279-300). Madrid: Tecnos.
- Turner, T. y Fajans-Turner, V. (2006). Political Innovation and Inter-Ethnic Alliance: Kayapo Resistance to the Developmentalist State. *Anthropology Today*, 22(5), pp. 3-10.
- Williams, R. (2000). Creativo. En *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad* (pp. 83-85). Buenos Aires: Nueva Visión.