



Ser creativos. Reflexiones sobre la subjetividad creativa: una aproximación desde la ontología de nosotros mismos

Steven Arcila Arbeláez

Tesis de maestría presentada para optar al título de Magíster en Psicología

Asesor

Mauricio Alexander Arango Tobón, Magíster (MSc) en Psicología

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Maestría en Psicología
Medellín, Antioquia, Colombia
2023

Cita	(Arcila Arbeláez, 2023)
Referencia	Arcila Arbeláez, S. (2023). <i>Ser creativos. Reflexiones sobre la subjetividad creativa: una aproximación desde la ontología de nosotros mismos</i> [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Maestría en Psicología, Cohorte VI.

Grupo de Investigación Psicología, Sociedad y Subjetividades (GIPSYS).

Centro de Investigaciones Sociales y Humanas (CISH).



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A mis padres, quienes con su aliento y amor inagotable han hecho posible que en estas páginas se materialice una expresión de la libertad. A mis amigos, que con su compañía y amistad han soportado este proceso de elaboración. A quienes han dedicado una palabra, una mirada, una impresión o un malestar en el transcurso de esta elaboración. Aquí se recogen todas estas voces, rostros, convergencias y tensiones.

Agradecimientos

A la Universidad de Antioquia, nuestra alma mater, el proyecto cultural, social y científico más importante del departamento. Gracias por permitirme espacios de encuentro y reflexión para pensar de manera crítica nuestro presente. A la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas y al Departamento de Psicología por siempre favorecer y nutrir mis deseos de comprensión. Agradezco de manera especial a los profesores del Grupo de Investigación *Psicología, Sociedad y Subjetividades* (GIPSYS) por acompañarme, leerme y retroalimentar constantemente la elaboración de este trabajo, en especial, al profesor Mauricio Arango por sus valiosas sugerencias. También agradezco con mucho afecto a los compañeros que coincidieron en la sexta cohorte de la Maestría en Psicología, este trabajo recoge sus apreciadas sugerencias e impresiones. Finalmente, agradezco al Instituto de Filosofía de la Universidad de Antioquia, allí he encontrado un espacio de reflexión y apertura de horizontes de pensamiento que han nutrido este trabajo de manera valiosa.

Tabla de contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
1. El neoliberalismo: el gobierno de los modos de vida.....	27
1.1. Saber, poder y subjetivación. La matriz que permite la comprensión del sujeto contemporáneo	30
1.2. Apuntes sobre el sujeto «empresario de sí» como sujeto prototipo	33
2. El despertar de la creatividad como forma de vida e ingreso al mercado	40
2.1. Creatividad: recorrido histórico por el término	42
2.2. La psicología como la ciencia de la creatividad.....	46
2.3. El valor de la creatividad como variable económica y de desarrollo	53
3. Surgimiento de las Industrias Creativas	64
3.1. El valor de la obra de arte en la época de la reproductibilidad	64
3.2. Las industrias culturales en el capitalismo	69
3.3. Amalgama entre economía, arte y cultura: La industria cultural hoy	73
3.4. Industrias culturales: el arte y la cultura al servicio del Estado	78
3.5. Industrias creativas: Lugar central del individualismo	82
4. La cuestión del Poder: El uso de la creatividad como dispositivo gubernamental	87
4.1. Economía naranja: acercamiento y desmantelamiento de una idea institucional	89
4.2. La economía naranja y creativa, una propuesta neoliberal refinada	99
4.3. El dispositivo creativo de gobierno	113
4.3. Ser creativo y emprendedor desde la educación. El neoliberalismo y la promoción de la «autoformación».....	118
5. Psicología, creatividad y promoción del individualismo	123

5.1. La psicología y su entramado estratégico	123
5.2. El despertar de la creatividad como necesidad humana.....	126
5.3. La felicidad como promesa del acto creativo y énfasis en el individualismo.	132
5.4. Técnicas psicológicas para llevar una vida creativa y lograr la «autorrealización». El caso del <i>mindfulness</i> como “técnica del yo”	138
6. Creatividad y cambios en la concepción del trabajo	144
6.1. El trabajo creativo, la emergencia de la “clase creativa” y la profundización de la desigualdad social	146
6.2. El empresario y el artista identificados con el trabajo	154
6.3. Flexibilidad, autonomía y toma de riesgos: relación entre el artista y el empresario	159
6.4. Trabajo creativo y «precarización de sí» como forma de gobierno	165
Consideraciones finales. El sujeto creativo, ¿ideal del neoliberalismo o potencial de transformación?.....	171
Referencias	176
Anexos.....	192

Resumen

El sujeto contemporáneo se encuentra dentro de una forma de gobierno que lo configura de una manera particular. A partir de la versatilidad para responder a necesidades históricas y sociales que no lo pongan en peligro, abordamos cómo el neoliberalismo hace uso de la creatividad de una manera estratégica para mantener y luego intensificar sus principios. Desmantelar esta relación a partir de una ontología de nosotros mismos implica hacer un abordaje de las formas y relaciones de saber y poder que configuran cierto tipo de sujeto, a saber, un sujeto creativo. Esa es la labor que realiza el presente trabajo, poniendo en evidencia cómo a partir de la creatividad se presiona al individuo a establecer una relación altamente productiva (en términos económicos) consigo mismo y cómo esto es legitimado por ciertos saberes, cómo la psicología. En consecuencia, vemos que tal presión lleva al individuo a la constante práctica de *estetización* y *precarización de sí* en su constante esfuerzo de llevar una vida creativa.

Palabras clave: Neoliberalismo, creatividad, ontología de nosotros mismos, saber, poder, subjetividad, psicología.

Abstract

The contemporary subject finds himself within a form of government that configures him in a particular way. From the versatility to respond to historical and social needs that do not endanger it, we discuss how neoliberalism makes use of creativity in a strategic way to maintain and then intensify its principles. Dismantling this relationship based on an ontology of ourselves implies an approach to the forms and relations of knowledge and power that configure a particular type of subject, namely, a creative subject. This is the task of the present work, revealing how, on the basis of creativity, the individual is pressured to establish a highly productive relationship (in economic terms) with himself and how this is legitimated by certain knowledges, such as psychology. Consequently, we see that such pressure leads the individual to the constant practice of aestheticization and precarization of himself in his constant effort to lead a creative life.

Keywords: Neoliberalism, creativity, ontology of ourselves, knowledge, power, subjectivity, psychology.

Introducción

En 1998, el entonces primer ministro británico, Tony Blair, y el canciller alemán, Gerhard Schröder, presentaron un manifiesto contra lo que consideraban una política económica de derecha que no aportaba al crecimiento de Europa. En nombre de una izquierda moderna se postulaba que el capital, los mercados de trabajo y los bienes debían ser flexibles, sobre todo en una *economía basada en el conocimiento*. Consideraban que la regulación era enemiga del éxito y se debería reducir el papel del Estado y los impuestos para favorecer la competitividad. Además, estimaban que el equilibrio entre las acciones colectivas y las individuales se había roto y hacían un llamado a rescatar algunos valores que eran importantes para los ciudadanos y que habían quedado relegados en el afán de cubrir garantías universales, tales como: el éxito personal, el espíritu emprendedor y la construcción del sí mismo.

La proposición de esta nueva política se basa, según Laval y Dardot (2013), “en el principio general de la primacía de la empresa privada en la economía y en la importancia de los «valores» que es capaz de difundir en la sociedad” (p. 238). La forma de responder de esta “izquierda moderna” inevitablemente asume una racionalidad particular, un discurso normativo que pretende aprehender la realidad y ponerla a operar bajo una lógica que se asemeja a aquello a lo que se quería oponer, pero a lo cual se terminaría adaptando. Nos referimos a la aceptación de la economía de mercado capitalista como algo necesario, la exaltación de las virtudes que tiene la competencia, las ventajas de la globalización y mundialización de los mercados con la adaptación que se debe realizar para sostenerlos. El *Manifiesto* de 1998 titulado *Europe: The Third Way/Das neue Mitte* proclama:

For the new politics to succeed, it must promote a go-ahead mentality and a new entrepreneurial spirit at all levels of society. That requires: - a competent and well-trained workforce eager and ready to take on new responsibilities - a social security system that opens up new opportunities and encourages initiative, creativity and readiness to take on new challenges - a positive climate for entrepreneurial independence and initiative. Small businesses must become easier to set up and better able to survive - we want a society which celebrates successful entrepreneurs just as it does artists and footballers – and which values creativity in all spheres of life. [Para el pleno éxito de las nuevas políticas públicas, hay que

promover una mentalidad de ganador y un nuevo espíritu empresarial a todos los niveles de la sociedad. Esto requiere: una mano de obra competente y bien formada, deseosa de asumir nuevas responsabilidades; un sistema de seguridad social que dé una nueva oportunidad y, al mismo tiempo, estimule el espíritu de iniciativa. Hay que actuar de tal manera que la creación y la supervivencia de las pequeñas empresas se vean facilitadas; queremos una sociedad que honre a sus empresarios, como lo ha hecho con sus artistas y sus futbolistas, y que revalorice la creatividad en todos los dominios de la vida.] (Blair & Schröder, p. 5).

Efectivamente, nos topamos con un discurso que demuestra cómo el neoliberalismo se ha impuesto como una racionalidad altamente prescriptiva que orienta la forma de llevar la vida, se puede ver que más que la protección de los individuos contra la ferocidad del mercado, se busca su adaptación en un espacio de oportunidades. En este sentido, la primera consideración que hacemos para la lectura de este trabajo es su involucramiento desde una postura crítica a la forma cómo somos gobernados bajo un sistema económico capitalista y una racionalidad de gobierno neoliberal que tiene, evidentemente, consecuencias sobre los individuos.

El manifiesto que hemos recuperado de Tony Blair y Gerhard Schröder nos permite introducir un diagnóstico de nuestra sociedad dejando entrever elementos que serán cruciales y transversales para el siguiente trabajo. Nos brinda un punto de partida contextual y teórico muy importante para retomar el discurso del «riesgo» característico de la racionalidad neoliberal (Laval y Dardot, 2013). La persona es desvinculada de todas las protecciones sociales y se debe gestionar las condiciones para su existencia, de este modo, se encuentran en una constante búsqueda de protección y seguridad privada que el mercado les ofrece. Para Laval y Dardot (2013): “La palabra clave de la sociedad del riesgo, es la «autorregulación»” (p.215). Ahora bien, en la constante búsqueda de cubrir necesidades para la existencia son dilucidadas prácticas, actividades y comportamientos que dicen favorecer las seguridades individuales, pero que terminan fortaleciendo y legitimando el mismo estado de cosas y, sobre todo, la protección del mercado. Cuando leemos en el manifiesto la invitación a estimular el espíritu de iniciativa, no pareciera más que la pretensión de responsabilizar al individuo de aquellas protecciones que el Estado debería garantizar, bajo la justificación de incentivar y promover el espíritu de iniciativa.

Otro elemento que llama especialmente la atención es la equiparación y reclamo que se hace por honrar a los empresarios como se hace con los artistas y futbolistas. Al respecto, Laval y

Dardot (2013) señalan como, con Von Mises, la función específica del emprendedor en el funcionamiento económico ha cambiado por la facultad de emprendimiento en todo sujeto, esa capacidad para convertirse en emprendedor de todos los aspectos de su vida, este es el sujeto de referencia de la racionalidad neoliberal (p. 152). Esto merece problematizar no sólo el llamado a promover la facultad de emprendimiento, sino, pensar la economización de actividades como el arte y el deporte; en la racionalidad neoliberal aquellas experiencias de lo más íntimo y sublime son despojadas en favor de su mercantilización.

Finalmente, la revalorización que se hace en el manifiesto de la creatividad en todos los dominios la vida no es un enunciado vacío y, por el contrario, nuestra hipótesis de trabajo es que allí se condensa la manera de gobierno y autogobierno en la sociedad contemporánea, sobre todo, en los últimos 30 años. Partimos de que el discurso, promoción y exaltación de la *creatividad* ha tomado una función estratégica para gobernar la conducta de los individuos y las comunidades y para seguir reafirmando la racionalidad neoliberal en su mayor pureza; promoviendo la competitividad, interviniendo poco en el mercado y, sobre todo, responsabilizando a las personas de las condiciones de su existencia.

Estas acciones económicas en el ámbito humano las encontramos de manifiesto en los economistas norteamericanos de los años 60's, entre ellos, Gary Becker (1964) quien se interesó por el estudio del capital humano como el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por la acumulación de conocimientos generales o específicos, siendo la formación del individuo indispensable para su permanencia en el mercado. De esta manera, para Becker (1964), toda acción humana es una acción económica y las personas, no son sólo consumidores, sino *productores*. Esto representa una importancia significativa, ya que, bajo la noción de "productores", se promueve a las personas a traducir su capital humano en valor económico a partir de la inversión y formación constante que puedan hacer sobre sí mismos.

Ahora bien, cuando introducimos la idea de *creatividad*, presuponemos una relación particular de las personas con esa capacidad que tienen de crear, inventar o innovar en algo nuevo, diferente. Claro está, la creatividad no es un término reciente, sin embargo, al valerse de múltiples saberes, discursos y prácticas, consideramos que en el presente ha penetrado en la sociedad configurando y promoviendo una forma particular de ser y habitar, un modo de constituirnos como sujeto.

Nuestro trabajo pretende develar todo este entramado detrás de un concepto que, en apariencia, se presenta cargado de positividad. No partimos con la intención de realizar un estudio del concepto de creatividad de manera aislada o especializada, no pretendemos desarrollarlo como capacidad, facultad, proceso, recurso o estrategia cognitiva que poseen los individuos y pueden desarrollar o potenciar. Nuestra pretensión es abordar la creatividad en su uso estratégico como un discurso y dispositivo de saber y poder que tiene la capacidad de capturar y orientar las conductas de los seres vivos. Se trata de un trabajo que se nutre de manera interdisciplinaria para dar respuesta a la configuración de un cierto tipo de subjetividad. La creatividad es un término que goza con la dicha, o tal vez con el infortunio, de rondar varios saberes, disciplinas, prácticas, expresiones y demás. En esta vía, encontraremos que al hablar de creatividad en este trabajo será en relación con algo; el arte, la cultura, la industria, la economía, el desarrollo, la psicología, el trabajo, la política; en suma, la forma de relacionarse consigo mismo y con los demás. Ahora bien, que la creatividad ocupe un lugar central en las prácticas cotidianas de las personas en el presente responde a ciertas condiciones de legitimación que pueden sustentarse, entre otras, en las ciencias *psi*¹.

Considerando este entramado, será crucial acercarnos al problema de un modo histórico, pero no para realizar la reconstrucción del proceso de la historia de manera lineal, sino para capturar momentos de fuga cruciales en la historia que hemos construido los hombres y que nos han llevado a subjetivarnos de una manera particular, esto lo pondremos en tensión con nuestro problema de interés tal como hoy se nos presenta.

Este trabajo parte de hacerse una pregunta por nosotros mismos, un diagnóstico crítico del presente. Para esto, nos debemos alejar de una pretensión científicista que pareciera exigir y afanar por la instauración de un procedimiento claro basado en hechos y datos, donde el método sea un camino preestablecido y donde los conceptos o datos parecieran estar en la capacidad de capturar la realidad por completo. El riesgo de tal tendencia mecanicista de la ciencia puede olvidarse de la actividad del sujeto (Mardones & Ursúa, 1982).

La presente investigación pretende problematizar al hombre contemporáneo inmerso en el discurso y práctica de la creatividad a partir de formas de decir, pensar y actuar. Nuestra sociedad

¹ En el capítulo 2 introducimos la cuestión de cómo la psicología, como una ciencia *psi*, cumple una función legitimadora de la creatividad como algo verdadero. En el capítulo 5 mostramos de manera más profunda la manera esta ciencia *psi* propone condiciones y prácticas encaminadas a la configuración de una subjetividad particular basada en la creatividad.

ha enfatizado en la formación de individuos con una individualidad más profunda y Foucault se interesó por este hecho desde una postura crítica (Dreyfus y Rabinow, 2001). Para dar respuesta a esto, nos orientaremos por aquello que Foucault (1995) denomina actitud crítica y que cobra relevancia, tanto epistemológica (en términos de “saber”) como metodológica para la presente investigación. En este sentido, “la práctica histórico-crítica no busca las estructuras universales, sino los eventos en los que somos conducidos a constituirnos y a reconocernos como sujetos de lo que decimos, pensamos y hacemos” (Bedoya Hernández y Castrillón Aldana, 2021, p. 499). Es este método el que oriente la presente investigación. Además, el valor histórico que cobra relevancia en los estudios de Foucault, y el cual recuperamos para la presente investigación, es el presente en la medida que nos permite abordar un diagnóstico de la actualidad.

Para abordar al hombre moderno, Foucault (1995) toma la vía de adentrarse en una cuestión fundamental de los siglos XV y XVI; el arte de gobernar a los hombres a partir de la obediencia y su relación con la verdad manifiesta, sobre todo, en el poder pastoral; allí surge una pregunta ineludible, ¿cómo no ser gobernado de esa forma, bajo esos principios, objetivos y procedimientos? He aquí la actitud crítica encaminada hacía tres cuestiones fundamentales; (1) cuestionar el tipo de verdad que plasma la escritura como verdadera, (2) cuestionar las leyes porque esconden una ilegitimidad esencial y (3) cuestionar la verdad vinculada a la certeza de la autoridad. Es crítica hacía la escritura, la naturaleza y la relación consigo mismo que se entrelazan en el poder, la verdad y el sujeto. Como lo señalaba Foucault:

La crítica es el movimiento que por el cual el sujeto se atribuye el derecho de interrogar a la verdad acerca de sus efectos de poder, y al poder acerca de sus discursos de verdad; pues bien, la crítica será el arte de la incertidumbre voluntaria, el de la indocilidad reflexiva. (1995, p. 8)

Así, la actitud crítica conlleva el propio conocimiento, fundado en la autonomía, que encamina hacía lo que Foucault (1995) denomina la desujeción en el juego de la política de la verdad y que toma relevancia situando un motivo histórico del siglo XVI que acentúa la crítica, donde la ciencia juega un papel crucial en las fuerzas productivas y el poder va a ejercerse a partir de técnicas más específicas, el desarrollo del Estado. Como lo mencionan Dreyfus y Rabinow (2001):

Foucault parece estar diciendo que hasta tanto no seamos libres de nosotros mismos, a partir de nuestras obsesiones con las que desciframos la verdad de nuestros deseos, continuaremos estando enredados en nosotros mismos y en nuestro propio complejo de poder/saber que afirma ayudarnos a descubrir esta verdad. (p. 288)

Para situar el entramado entre verdad, poder y sujeto, es importante el abordaje histórico-temporal, este no se refiere a la búsqueda originaria o la reconstrucción histórica de acontecimientos dados, tampoco se trata de la legitimidad de modos históricos de conocer, se trata de abordar los contenidos históricos a partir de la interrogación sobre los efectos de poder y su dependencia y afectación por la verdad, no obstante, esto cobra relevancia en el presente estudio para darle sentido al momento presente. De este modo, para Foucault (1995), la práctica histórico-filosófica lleva a fabricar la historia que estaría atravesada por la cuestión de las relaciones entre las estructuras de racionalidad que articulan el discurso verdadero y los mecanismos de sujeción que están ligados a él, cuestión que desplaza los objetos históricos habituales y familiares a los historiadores, hacia el problema del sujeto y de la verdad, problema del que los historiadores no se ocupan.

Como vemos, nos interesa indagar en la formación del sujeto en el entramado de la verdad y el poder, pero no para reconstruir la historia y buscar relaciones causales, no pretendemos realizar un abordaje arqueológico, alejado y “libre de las ataduras institucionales, teóricas y aun epistémicas” (Dreyfus y Rabinow, 2001, p. 132); nuestra intención es llevar a cabo un estudio genealógico en el cual nos sabemos producto de las relaciones de poder y saber que estudiamos, es así, como estos estudios también son denominados como una *ontología del presente* (Bedoya Hernández y Castrillón Aldana, 2021) o *de nosotros mismos*. En este sentido, la arqueología “... aunque desempeña todavía un papel importante, está subordinada a la genealogía” (Dreyfus y Rabinow, 2001, p. 132). La arqueología, en cuanto nos acerca a las formas históricas y específicas de los discursos, se refiere al objeto de un saber nunca como un dato, sino que es un resultado, una consecuencia del entramado de categorías y discursos con los que es enunciado, así, la arqueología quiere mostrar que el objeto de un saber nunca es un dato inmediato, sino el resultado de una confluencia de discursos y conceptos que funcionan como condiciones de posibilidad (Pérez, 2016). Ahora bien, la labor genealógica se desplaza al sujeto mismo porque es el objeto de ciertos

saberes, es el resultado de ciertos procesos de subjetivación. Según Pérez (2016), existen procedimientos que permiten el control minucioso de las conductas y operaciones del cuerpo que buscan sujetar a los individuos por medio de ciertos procedimientos, todo en aras de moldear el comportamiento. En este sentido, la genealogía desecha la idea de que hay una conciencia que dirige los procesos de disciplinización y pasa a ser una herramienta crucial cuando Foucault se pregunta por las condiciones de existencia de un saber y del sujeto que no se limitan a las formas discursivas y las continuidades históricas, sino que son complementadas con las condiciones externas que articulan y hacen posible las formas de la verdad y los saberes, es decir, las prácticas no discursivas (Bedoya Hernández y Castellón Aldana, 2021).

Dicho lo anterior, la arqueología como herramienta de la genealogía nos permite acercarnos a sistemas que instauran los enunciados como acontecimientos y cosas, son estos sistemas de enunciados a los que Foucault (2002) llama “archivo”, el cual funciona como un sistema general de la formación y la transformación de los enunciados que penetra en las prácticas que rodea nuestro presente y su especificidad, aquello que nos da, lo que podemos llamar, los modos de aparición y las formas de existencia y coexistencia, es lo que delimita fuera de nosotros, donde se manifiesta el otro. Para abordar esto, es importante la neutralización de los efectos de la legitimidad y una clarificación de lo que hace que sean aceptables en un cierto momento y que hayan sido efectivamente aceptados, por ende, no se busca el conocimiento de lo verdadero o falso, de lo legítimo o ilegítimo, de lo científico o ideológico; sino, describir el nexo de saber, poder y la configuración del sujeto. Según Foucault (1995), el saber está referido a los procedimientos y a los efectos de conocimiento que son aceptables en un momento dado y en un dominio definido; mientras que el término poder recubre toda una serie de mecanismos particulares, definibles y definidos, que parecen susceptibles de inducir comportamientos o discursos que permita aprender lo que constituye la aceptabilidad de un sistema, en nuestro caso, el de la creatividad y su relación con la subjetividad.

Retomemos el análisis que hace Gabilondo (1990) sobre la obra de Foucault, esto nos permite identificar en el discurso las reglas y condiciones que han de reunirse en un momento determinado en el tiempo y que suponen la definición de un conjunto de relaciones que sitúan la formación discursiva. En este sentido, se habla de formación discursiva si es posible describir entre cierto número de enunciados y sistemas de dispersión, conceptos y elecciones temáticas que pudiesen definir una regularidad que dé cuenta de la constitución de la subjetividad (Gabilondo,

1990). En este punto, uno de nuestros objetivos es rastrear de manera histórica la trama de relaciones de la creatividad con diferentes saberes, disciplinas y enunciados que la asocian y legitiman como discurso verdadero, algo que es sumamente necesario para llevar a cabo la labor genealógica. Para esto, es necesario preguntarse quién habla, de qué ámbitos institucionales sustrae su discurso, su origen legítimo (sabiendo que no se refiere a lo verdadero) y campo de aplicación (Ibid). Ya en este punto, evidenciamos la necesidad de conectar el plano discursivo con lo no discursivo, algo necesario para encontrarnos con la herramienta del dispositivo y que delata las limitaciones de una labor arqueológica. Esto llevará a comprender la relación del saber con el poder y hacer un abordaje propiamente genealógico.

Ya situados en la cuestión de lo que ha hecho posible y aceptable ciertos sistemas, debemos partir de que no es evidente ni necesario que hayan sido instaurados por algún principio original en el curso de la historia y en la vida de los individuos. Es importante, como lo menciona Foucault (1995), extraer las condiciones de aceptabilidad de un sistema y seguir las líneas de ruptura que marcan su emergencia como dos operaciones correlativas. De esta manera, se establece una red que dé cuenta de las condiciones de aparición de singularidades a partir de elementos determinantes que no aparecen como el producto sino como el efecto, no se trata de hacer una génesis causal que se orienta hacia alguna unidad original y es a esto a lo que Foucault (1995) denomina “genealogía”.

Otro elemento fundamental del método es cuando Foucault (1995) se refiere a la función estratégica. Esta se refiere a aquella formación subjetiva promovida por el saber-poder que nos sitúa como agentes morales que se relacionan consigo mismos y con los otros, en este sentido, la formación subjetiva termina siendo una elaboración ética y de una práctica de sí mismo (Gonçalvez, 1999; Cerruti, 2012). En este punto, ya sería de gran relevancia para Foucault el concepto de dispositivo que cumple una función estratégica en un momento particular donde se erigen elementos discursivos y no discursivos que respondan a ciertas necesidades históricas.

Se parte de la eventualización como el procedimiento neutral que Foucault (1995) utilizó para remover la falsa evidencia y la compleja vinculación con unos procesos históricos múltiples y, en muchos casos, reciente; para esto, es importante poner de manifiesto las condiciones que hacen aceptable una singularidad, estas dimensiones son, la arqueológica, la genealógica y la estratégica, las cuales son articuladas por el procedimiento de la eventualización.

Con el avance en la lectura de Nietzsche y con las transformaciones en su lectura del poder a partir de las protestas de mayo del 68, Foucault reconocería como el poder aparece en la

construcción de la verdad, siendo las prácticas no discursivas su fundamento (Bedoya Hernández y Castrillón Aldana, 2021, p. 501). En esta lógica, las prácticas discursivas siempre fueron relevantes en los estudios de Foucault, sin embargo, cada vez irían tomando mayor relevancia las prácticas no discursivas en cuanto alojan condiciones de posibilidad de los mismos discursos y los sujetos. Lo anterior sería fundamental para la formulación del concepto de “dispositivo”, sin el cual no habría sido posible el ejercicio genealógico que establece esa red entre lo que se dice y lo que no se dice, son un conjunto de estrategias que posibilitan un entramado entre relaciones de fuerza particulares y tipos de saber; terminan siendo imprescindibles en la genealogía en cuanto articulan el poder y el saber. Dicho esto, el concepto de dispositivo es una herramienta fundamental en el presente estudio ya que posibilita pensar el poder en relación con el saber; detectar las estrategias de las relaciones de fuerza, pensando en el poder, que subyacen al saber y a la inversa, como lo mencionan Dreyfus y Rabinow (2001). En nuestro estudio esto es crucial, cuando nos referimos a la creatividad nos planteamos el objetivo de comprender cómo se ha instaurado como un dispositivo que es legitimado por el gobierno, pondremos en caso colombiano de la economía naranja como un ejemplo paradigmático, comprendiendo que no se reduce a este ejemplo.

Ahora bien, Foucault introduce otra herramienta analítica que piensa de manera retrospectiva en sus estudios. Reconoce que sus estudios estuvieron enmarcados por la noción de experiencia, una noción que tuvo transformaciones en su relación con el poder y los procesos de desubjetivación, como lo señalan Bedoya y Castrillón (2021), finalmente llega a un concepto de experiencia concebido en el ámbito de la forma histórica de subjetivación. Esto es crucial para pensar cómo en un momento histórico particular se constituye el sujeto de cierta manera. Con esta herramienta, que también es indispensable para el sistema genealógico, podemos pensar en formas de subjetivación particulares.

Dicho esto, la noción de focos de experiencia pareciera completar el método foucaultiano al considerar una analítica entre el saber, el poder y el sujeto. Con esto, debemos ir tras las prácticas soportadas por la idea de creatividad que configuran la subjetividad y, así, ser conducidos al objetivo transversal de este estudio, acaso el principal, ya que es nutrido y a la vez contiene los anteriores. Comprender cómo en nuestra sociedad se ha constituido un sujeto creativo como prototipo e ideal que encarna el uso estratégico de la creatividad. Para dar respuesta, se acentúan tres elementos que se articulan en lo que Foucault llama focos de experiencia; las formas de un

saber posible, las matrices normativas de comportamiento y los modos virtuales de existencia para sujetos posibles (2009, p. 9).

Desde esta perspectiva, para Foucault, la problematización de nuestra experiencia considera una dimensión ética vinculada con las propias prácticas que nos constituyen, por lo tanto, es un trabajo que se compromete con el horizonte de su propio tiempo (Cerruti, 2012). Esta problematización de las maneras de ser constituidos como sujetos nos lleva a la función ético-práctica del método foucaultiano, hacia un ejercicio de libertad que constituye la práctica del pensamiento en el sujeto. Para Foucault (1999a), el pensamiento no es aquello que da cuenta de una conducta y le da sentido; es más bien el ejercicio de tomar distancia e interrogar las condiciones y los fines de tales modos de existencia. En este sentido: “El pensamiento es la libertad con respecto a lo que se hace, el movimiento mediante el cual nos desprendemos de ello, lo constituimos como objeto y lo reflejamos como problema” (Foucault, 1999a, p. 359). Así, más allá de la búsqueda de respuestas o soluciones, tal espacio para la libertad es donde confluye la posibilidad de resistirse de aquello que se nos presenta como algo necesario, universal y deseable; es sospechar de nosotros mismos en tanto resultado de tramas entre lo verdadero y el poder, pero sin perder de vista que aquello que somos puede ser de otra manera.

Cómo vemos, la pregunta ética en Foucault va más allá de una noción conceptual, es una noción teórico-metodológica que oriente la práctica de la libertad, es decir, cuando Foucault estudia las prácticas de esclavitud y los modos de vida en la antigüedad, desarrolla la noción de *cuidado de sí* como forma histórica de la relación del sujeto consigo mismo y con los otros, llevando la noción de libertad a una práctica de escape y resistencia de las relaciones de poder que sólo se puede dar en sujetos libres. Esta relación se torna fundamental ya que el poder tiene influencia en la forma como el sujeto se gobierna, se resiste y se conduce en una actividad política de libertad individual en el reconocimiento de los otros. Según Foucault (2007b):

El poder no se ejerce sino sobre ‘sujetos libres’ y en la medida en que ellos son ‘libres’. Entendemos por esto sujetos individuales o colectivos que tienen ante ellos un campo de posibilidad donde pueden darse muchas conductas, muchas reacciones y diferentes modos de comportamiento. Allí donde las determinaciones están saturadas, no hay relaciones de poder. (p. 16)

De este modo, para llevar a cabo el ejercicio de la libertad, es necesario que las relaciones de poder no saturen las fugas para la libertad, además, es menester el cuidado de sí en los sujetos para superarse a sí mismo, así, “la libertad es la condición ontológica de la ética. Pero la ética es la forma reflexiva que adopta la libertad.” (Foucault, 1999, p. 396). Con esto se evidencia como la libertad no es algo que está en manos de las leyes o instituciones; además, la presencia del otro es necesaria para cuidar de sí, siendo, en muchas ocasiones, necesario renunciar a sí mismo por el otro.

Corvez (2000) plantea que el método de Foucault es tanto filosófico como científico; lo primero en cuanto elucida a partir de la teoría sistemática los problemas más apremiantes del hombre en la sociedad, es científica en la medida que permite obtener resultados teóricos que pueden constituir una doctrina a partir de datos. Así, es posible concretar el método foucaultiano como una ontología del presente o de nosotros mismos, aproximación teórica que busca problematizar el presente y pensar a los sujetos como emergencia de una singularidad en la historia, más no como fundamento ni como fin. La apuesta foucaultiana nos lleva a hacer un análisis de acontecimientos, datos empíricos y documentos que son el “rostro” detrás de aquello que hace posible a un sujeto histórico dentro del entramado entre saber, poder y subjetividad. De esta manera, el método que se ha descrito nos guía para situar puntos problemáticos y rupturas donde se vea el juego de lo verdadero y lo falso, lo legítimo e ilegítimo, sus modos de relación consigo mismo y con los demás, que terminan constituyendo al sujeto en relación con la creatividad.

Las dimensiones que hemos señalado forman parte de una arquitectónica que permiten aprehender las condiciones de aceptabilidad de una singularidad a partir de una postura crítica sobre nuestro presente. Para mantener tal apuesta crítica, Bedoya Hernández (2013) resalta algunos aspectos relevantes sobre la investigación de Michael Foucault; (1) la investigación histórico-crítica debe partir de un escepticismo sistemático frente a cualquier universal antropológico; (2) rechazar la existencia de un sujeto constituyente en la medida que se busca responder al cómo se forman y transforman el sujeto y objeto en un entramado socio-histórico y discursivo; (3) tomar como dominio las prácticas, entendidas como manera de pensar y actuar. Además, siguiendo a Gonçalvez (1999), metodológicamente se debe; (1) abordar los enunciados que han funcionado con efectos de verdad, es la pregunta por nosotros mismos en relación con la verdad; (2) qué los ha hecho posibles, pregunta por nosotros mismos en relación con el poder y (3) cuáles son las formas de subjetivación producidas, pregunta por nosotros mismos como agentes morales.

A partir del abordaje histórico-crítico y valiéndonos de esta apuesta metodológica, comprendemos que la creatividad se presenta como una categoría que muta histórica y estratégicamente. Como lo hemos señalado, nuestro trabajo consiste en un ejercicio de interrogación de las condiciones que hacen posible su predominancia en este momento histórico a partir de ciertas reglas de veridicción. Teniendo esto presente, debemos aclarar que el material que vamos a interrogar presenta un contenido sobre la creatividad que tiene un momento histórico de verdad en el presente, sin embargo, no se refiere a una verdad pura, trascendental y que necesariamente se sostiene en el tiempo; su contenido de verdad se refiere a un régimen que determina, acepta y da validez a ciertos enunciados y prácticas concretas mediante las cuales el sujeto se constituye en un dominio de conocimiento, además de suministrarse la producción de los mecanismos para la puesta en práctica de estos regímenes. En este sentido, al momento de problematizar la creatividad como algo que se evidencia en la realidad, se pretende mostrar cómo es algo que existe en la medida que es legitimado y funciona de manera estratégica para la conducción de la vida; sin embargo, la actitud crítica y la dimensión ética del método nos debe llevar a pensar que tal realidad responde a ciertas condiciones; pero en el ejercicio de libertad y cuidado de sí, otras realidades han de ser posibles.

Siguiendo las pautas metodológicas señaladas, procedemos a realizar un trabajo que aborda un archivo donde consideramos que se encuentra contenido el fenómeno de nuestro estudio, hacemos el análisis de información del archivo y hacemos un procedimiento de construcción de categorías que están orientadas por los objetivos del presente estudio; es un procedimiento que retoma la labor arqueológica y genealógica. Según Foucault (2013):

Lo que he tratado de hacer es introducir análisis de estilo estructuralista en dominios donde estos no habían penetrado hasta ahora, es decir, en el dominio de la historia de las ideas, la historia de los conocimientos, la historia de la teoría. (p. 79)

Ahora bien, esto podría ser más una actitud filosófica que un proceder científico. En este sentido, nos valemos de algunas herramientas de la teoría fundamentada desarrollada por Charmaz (2006) que posibilita la construcción de códigos y categorías a partir de los datos hallados en el material de análisis, realizamos un procedimiento de comparación constante entre los datos, los códigos y las categorías y planteamos un análisis acompañado de las discusiones teóricas que han

abordado algunos autores; a continuación describimos el proceso de elaboración que se ve reflejado en la construcción capitular de este trabajo.

- **Comprensión y delimitación teórica de nuestra ontología del presente:** antes de abordar el archivo que vamos a analizar y de comenzar a construir categorías, ha sido esencial situar teóricamente nuestra investigación. Eso ha implicado que nuestro punto de partida sea el abordaje del neoliberalismo como una forma de gobierno que repercute en el mercado, en el papel del Estado y en la configuración de la subjetividad; nuestro estudio se sitúa de manera crítica sobre esta forma de gobierno.
- **Identificación de dimensiones claves:** la matriz entre saber, poder y subjetividad que, aunque en este apartado hemos descrito de manera metodológica, es profundizada en el componente teórico. Esta matriz es crucial ya que opera como un filtro a la hora de abordar nuestro archivo y construir las categorías de análisis. Es decir, el saber, el poder y la configuración de la subjetividad en relación a nuestro fenómeno de interés, la creatividad, son las que orientan nuestra lectura. Partimos indagando por la producción y aparición de las condiciones de posibilidad de la creatividad como discurso de verdad y saber. A partir de la analítica interpretativa (Dreyfus & Rabinow, 2001) se indaga por las reglas generales de la instauración de un saber. Por ende, en el material de análisis se buscan; unidades dispersas de los acontecimientos que han posibilitado el discurso; modos como se ha constituido; condiciones de aparición histórica; particularidades de los modos de enunciación desde diferentes ámbitos (psicólogos, gobernantes, economistas, entre otros) y de los ámbitos en que se formulan (discurso científico-psicológico, económico, institucional, legal, entre otros).

Dicho lo anterior, el material de análisis aborda la creatividad desde diferentes perspectivas en relación con una grilla analítica propia de los estudios ontológicos y que debe responder a las condiciones de verdad, poder y subjetivación. En esta lógica se abordan textos que dan los cimientos a la creatividad en su relación con discursos de verdad, su relación con el poder y cómo todo esto opera en relación con la subjetividad, notaremos que el análisis lo realizamos sobre textos de alta difusión, que han sido legitimados por el saber y el poder y que cuentan con alto contenido prescriptivo, algo fundamental para orientar en cómo ser cierto sujeto creativo. Retomando que la intención de este momento es preguntarnos por nosotros mismos como agentes morales, se buscará;

modos y prácticas por los cuales los sujetos son agenciados cómo creativos y/o creadores; discursos modos y prácticas del sujeto con relación a sí mismo y a los otros.

- **Selección del archivo y recopilación de los datos:** nuestro análisis se concentra en material textual sobre la creatividad que ha sido legitimada por regímenes de saber y se han instaurado en el poder y en la vida cotidiana de las personas. Es menester aclarar que, aunque nuestro material de análisis es de tipo textual, esto no reduce nuestro análisis a elementos discursivos; lo no discursivo es crucial. Con respecto al material, encontramos dos tendencias, algunos libros que han sido determinantes históricamente por contribuir y desarrollar lo que hoy entendemos por creatividad bajo la racionalidad neoliberal; otros textos son de carácter prescriptivo, es decir, orientan y promueven la creatividad como epicentro de la vida; claro está, en ningún sentido son tendencias excluyentes.

Ahora bien, es importante aclarar que los textos acá señalados han sido seleccionados como puntos de partida para abordar el problema, pero no operan como material hermético y exclusivo. Es decir, por medio de estos somos derivados a otros textos o materiales que van completando el análisis. Dicho esto, partimos por acercarnos a analizar el texto *La Economía Naranja: una oportunidad infinita* (2013) de Felipe Buitrago e Iván Duque. A partir de su lectura nos remitimos a otros textos referentes que soportan la economía naranja y, además, retomaremos el alcance institucional de esta propuesta. Textos como *The creative economy, how the people make money from ideas* (2013), escrito por Jhon Howkins y el texto de Richard Florida *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI* (2010). En estos, identificamos una relación interesante; el primero como un punto de partida que piensa la mercantilización de las ideas y, que, además de ser prescriptivo, es altamente retomado por los gobiernos para pensarse la cultura en relación a la economía; por su parte, el segundo texto lo podemos tomar como un punto de llegada, con estos nos referimos a la materialización, concreción y legitimación de ideas que ya se vislumbran en el primer texto, pero que serán pilares fundamentales para soportar un gobierno particular, además, el segundo textos también tiene un función prescriptiva alta.

También vamos a analizar los textos: *Creatividad: El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención* (1998) de Mihaly Csikszentmihalyi, pionero de la psicología positiva, y el texto *El espíritu creativo* (2016) de Daniel Goleman, Paul Kaufman y Michael Ray. En estos dos textos nos encontramos un discurso psicológico que examina el modo en que trabajan y viven las personas creativas, además de darnos ideas de cómo hacer nuestras vidas más creativas

con el fin de conseguir un estado placentero asociado a la felicidad y al éxito, tal estado puede asociarse a la autorrealización o al *Flow*². Veremos que ambos textos serán un gran tránsito entre la definición de conceptos de que se legitiman como verdaderos, sobre todo por las ciencias *psi*, y el paso hacia la prescripción de comportamientos y modos de vida.

Por último, nos enfrentamos a un par de textos de Frank Berzbach, *el arte de llevar una vida creativa* (2017) y *Psicología para creativos: Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo* (2013). Estos textos son de alta difusión y se dirigen a quienes desean llevar una vida creativa como principio fundamental del éxito. Veremos que son altamente prescriptivos, ya que promueven formas de vida más creativas en varios ámbitos; en el trabajo, en la universidad, e, incluso, en la vida personal y espiritual.

Es importante aclarar que, aunque todos los textos se abordan de la misma manera, cada uno ha presentado la particularidad de alimentar en mayor medida algunas de las categorías temáticas que señalamos a continuación.

- **Codificación y categorización:** al abordar el archivo a partir de la rejilla analítica, comenzamos a codificar y categorizar la información según los elementos discursivos, las relaciones de poder y los mecanismos de conocimiento identificados. Los patrones, regularidades y discontinuidades de los datos se agrupan en categorías temáticas o conceptuales relevantes que dan lugar a la construcción de los capítulos analíticos de este trabajo (4,5,6). En este sentido, planteamos una categoría temática que erige a partir de la relación entre la psicología y la creatividad (capítulo 5) en la medida que es señalada de manera reiterativa como la ciencia encargada de definir la creatividad, y, aún más importante, como una ciencia altamente prescriptiva que otorga recomendaciones y sugerencias para llevar a cabo una vida creativa, así, señalamos códigos que evidencia cómo la creatividad es postulada por la psicología como una necesidad humana, como la felicidad parece el punto de llegada de la creatividad y cómo la psicología plantea técnicas prácticas para llevar una vida creativa. Es la agrupación de estos códigos los que han dado lugar a la construcción de los apartados del capítulo 5.

² *Flow* es un concepto desarrollado por el psicólogo Mihály Csíkszentmihályi en el campo de la psicología positiva. Se refiere a un estado mental óptimo de involucramiento completo y disfrute en una actividad o tarea. En el capítulo 5 hacemos múltiples alusiones a este concepto con el fin de mostrar cómo es presentado como un punto de llegada de un camino o una vida que se debe orientar por la creatividad.

En este sentido, otra categoría temática del trabajo está sustentada en la relación de la creatividad como una forma de poder y como un dispositivo gubernamental. Así nace el capítulo 4 que ha sido nutrido por códigos que muestran las características neoliberales que cobra la creatividad dentro de un discurso de gobierno y la forma como tal discurso opera como un dispositivo de gobierno y regulación de la conducta.

Otra categoría temática que ha emergido a partir de la aparición constante en el archivo es referente a la creatividad y el trabajo. Encontramos que la creatividad se postula como una estrategia económica y productiva que cobra especial relevancia en el trabajo. De este modo, los códigos nos orientan por pensar el trabajo creativo y sus particularidades, la relación que se establece entre la figura del artista y del empresario en relación a la forma de trabajar, y, finalmente, cómo el trabajo creativo se relaciona con lo que algunos autores denominan la «precarización de sí».

- **Análisis crítico y reflexivo:** En la medida que vamos presentando los resultados de los hallazgos del archivo, planteamos una discusión con diferentes autores que se han encargado de abordar las temáticas. Nuestro ejercicio se basa en poner en relación nuestro archivo con la teoría, sin embargo, realizamos una labor reflexiva donde nos atrevemos a postular nuevas interpretaciones sobre las temáticas que vamos desarrollando.

Finalmente, quisiéramos señalar que nuestra apuesta aborda un fenómeno que en apariencia es muy general, como la creatividad, pero que lo podemos ver concretarse en una política como la economía naranja, con esto, no pretendemos generar un debate si nuestra ruta para acercarnos al fenómeno es de carácter deductivo o inductivo, más bien, la intención de plantear el problema de la creatividad teniendo en cuenta un discurso político en el que se manifiesta muestra como ambos momentos pueden contenerse. Profundizar y problematizar la creatividad, no sólo como un discurso, sino cómo un dispositivo de poder expresado en la economía naranja muestra una importante relación con la subjetividad de las personas, más concretamente, con la producción de sujetos. Dicho esto, consideramos de gran importancia para las Ciencias Sociales la pregunta por la configuración del sujeto, y, sobre todo, para la psicología como una ciencia y disciplina que debe cuestionar de manera crítica e histórica su función social con respecto a la configuración de estas ideas que, en lugar de afirmar como necesarias y universales, debe penetrar en la lógica estratégica para problematizar y negar la realidad que se nos presenta.

La investigación busca responder a la pregunta de cómo el discurso de la creatividad opera en nuestros días como un dispositivo de saber y poder que produce una subjetividad particular. En cuanto a la organización del trabajo, encontramos dos partes. A la primera parte estamos acudiendo con esta introducción, la cual pretende encaminarnos en el problema de investigación, la respectiva pregunta que orienta el trabajo con los objetivos que persigue y la elección metodológica que nos ha orientado. Posteriormente, desarrollamos tres capítulos que dan cuenta del soporte teórico del trabajo, los cuales instalan y profundizan en la creatividad como concepto interdisciplinar y, sobre todo, estratégico.

El capítulo 1 alude al establecimiento del neoliberalismo como una racionalidad de gobierno que responde a ciertas necesidades históricas donde ya no sólo se regula la economía, sino la vida. Debe comprenderse como la emergencia de otra sociedad que es alentada a la gestión de sí mismo, de los otros y al desarrollo del sujeto empresario de sí como prototipo de una subjetividad ideal que parte de principios de libertad, autogestión y creación de sí. De este modo, apoyamos teóricamente nuestro trabajo realizando un abordaje general de esta racionalidad de gobierno; del entramado entre saber, poder y subjetivación bajo el cual opera; y de su sujeto prototipo como principios que sustentan y operan en el discurso y la promoción de la creatividad como un modo de vida, un llamado a que el sujeto se reinvente constantemente.

En el capítulo 2 realizamos un abordaje histórico de la cuestión de la creatividad, sus usos y transformaciones; hacemos un recorrido de la creatividad enmarcada en la psicología como saber al que se le ha otorgado su legitimación y, por último, nos enfocamos en la relación de la creatividad con la economía como un elemento crucial en relación con el neoliberalismo y el proceso de subjetivación, esto nos lleva a abordar la cuestión de la crítica artística y su relación con la sociedad.

En el capítulo 3 serán más evidentes las relaciones de la creatividad con procesos, ya no sólo económicos, sino industriales y desarrollistas, para esto, haremos un recorrido histórico, apoyados en autores de la teoría crítica, para comprender el uso instrumental y racionalizado de la cultura que terminan evidenciando dominio y explotación a partir de la identificación del individuo con la industria cultural, tanto la cultura como la creatividad parecieran terminar funcionando como una empresa capitalista que se basa en el consumo, con el añadido que serán las ideas producidas por las personas las que se mercantilizan, esto nos llevará a las industrias y economías creativas donde el individuo toma un lugar central; además, se empezará a brindar elementos que encontraremos en el siguiente capítulo.

La segunda parte del trabajo da cuenta de la construcción analítica que se ha elaborado a partir de los hallazgos de nuestro material de análisis y que hemos desarrollado anteriormente. El capítulo 4 alude al uso de la creatividad como dispositivo que es legitimado por el poder estatal. El interés es plasmar la forma de gobernar a partir de la creatividad, así, la cuestión del poder es crucial sirviéndonos del ejemplo paradigmático de la economía naranja y creativa. Partimos de mostrar el alcance y permeabilidad que ha logrado este discurso político para, posteriormente, señalar como, en sus postulados, responde a planteamientos eminentemente neoliberales, además, en este punto se responde a nuestro objetivo de mostrar por qué consideramos la economía naranja y creativa como un *dispositivo* que cumple una función estratégica al responder a una urgencia en un punto histórico dado que se relaciona con lo que se dice y no se dice, planteamos que su función termina siendo el control de la vida en cuanto dispone formas de comportamiento y promueve la producción de cierta subjetividad. En este sentido, se pondrá en evidencia que la economía naranja tiene de trasfondo la ideología neoliberal y totalizadora del emprendimiento. Finalizamos este capítulo con una reflexión crítica en torno a la educación como ámbito de interés y control de tal forma gubernamental.

Desde el siglo XIX los saberes *psi* han ocupado un lugar estratégico en la conducción y subjetivación de las personas. En este sentido, aparece la psicología como una ciencia altamente prescriptiva que justifica y soporta el uso y despertar de la creatividad. Con esto, introducimos el capítulo 5 donde abordamos la invitación que se da al despertar de la creatividad como una necesidad humana; luego, nos ocupamos de la felicidad como un objeto de interés psicológico que se relaciona con la creatividad y termina mostrando una orientación individualista de los sujetos. Por último, abordamos el tema del *mindfulness* como una técnica psicológica que promete llevar al sujeto cerca de la autorrealización.

El capítulo 6 desarrolla y relaciona la fuerza que ha cobrado la creatividad en relación con las nuevas formas de concebir el trabajo. Partimos problematizando la emergencia de una nueva clase social soportada en su forma de trabajo creativo y cómo esto soporta condiciones de desigualdad necesarias para mantener la forma de gubernamentalidad. Posterior, se muestra como tanto la figura del empresario como la del artista se ven identificados por completo por el trabajo, es decir, sus vidas giran en torno al trabajo. El apartado siguiente pone en evidencia aspectos del neoliberalismo en relación con el trabajo que ya eran evidentes en la figura del artista. Finalmente, hacemos una reflexión por la manera como la precarización laboral se torna una estrategia de

gobierno. Claro está, todo esto en base a un trabajo que se ha denominado creativo y al sujeto creativo.

Por último, en el apartado se abordan algunas consideraciones sobre el tipo de subjetividad que se ha configurado a partir de la creatividad, el sujeto creativo. En este punto, más que señalar las características de este sujeto prototipo, realizamos una reflexión crítica que pone en evidencia el peligro de instaurar y promover cierto tipo de subjetividad. Realizamos una crítica al despliegue individualista de la subjetividad como característica del gobierno neoliberal que se condensa en el sujeto creativo. Consideramos y señalamos puntos importantes de la relación del sujeto creativo consigo mismo y con los otros y apuntamos a señalar líneas para seguir abordando el problema de la subjetividad contemporánea. Finalmente, encontramos las referencias bibliográficas que hemos usado en el presente trabajo.

1. El neoliberalismo: el gobierno de los modos de vida

Pensar el neoliberalismo no se puede simplificar cómo la continuidad o renovación del pensamiento liberal, se refiere más bien a la emergencia de una forma de gobierno que responde a necesidades particulares del Estado, el mercado y los individuos en la sociedad liberal (Bedoya Hernández, 2018). Foucault (2007) abordó este problema en su curso *El nacimiento de la biopolítica*. Allí resaltó el peso que poseen el surgimiento de ciertas técnicas, prácticas, discursos y tecnologías surgidas de varias rupturas y discontinuidades que posibilitaron una nueva razón de gobierno, basado, no sólo en una regulación económica, sino, sobre todo, en la conducción de la conducta de los hombres y la sociedad (Castro Gómez, 2010; Laval y Dardot, 2013; Bedoya Hernández, 2018). Así, el neoliberalismo debe comprenderse como un proceso histórico que no sólo redefine otro régimen y principio de acumulación, sino otra sociedad (Laval y Dardot, 2013). Dicho esto, es relevante aclarar que a lo largo de esta investigación no equiparamos el neoliberalismo al capitalismo. El capitalismo lo comprendemos como el modo de producción económico y hegemónico de nuestra sociedad, el neoliberalismo, como lo mencionan Laval y Dardot (2013) es una nueva forma de sociedad, e, incluso, de existencia que pone en juego la manera de vivir, las relaciones con los otros y las maneras en que nos representamos a nosotros mismos. Lo podríamos condensar como un proyecto de sociedad y fabricación del ser humano. Ahora bien, tampoco hemos dicho que sea algo opuesto al capitalismo, de hecho, el neoliberalismo se presenta como la mano derecha del capitalismo que le permite sostenerse y legitimarse constantemente en cuanto penetra en los más personal de los seres humanos, o, si se prefiere, en su subjetividad completa.

Como proyecto que influye en lo social e individual, el neoliberalismo ha transformado y gestionado formas de existencia y modos de vida, es decir, resulta central la producción de subjetividades a partir de las tecnologías de gobierno. Según Foucault (2007a), la razón neoliberal se manifiesta como otra nueva forma de objetivar y subjetivar a los individuos a través de la aspiración a la libertad total en todos los campos de la vida humana. Por ende, no podemos pensarlo como una perfección del liberalismo o como una radicalización del capitalismo, sino que se instaure como productor de cierto tipo de relaciones sociales, de ciertas maneras de vivir, de ciertas subjetividades. De manera más concreta, con el neoliberalismo lo que está en juego es, nada más

y nada menos, que la forma de nuestra existencia, o sea, el modo en que nos vemos llevados a comportarnos, a relacionarnos con los demás y con nosotros mismos.

Los estudios que se han interesado por pensarse al sujeto bajo una racionalidad de gobierno neoliberal han mostrado que la sociedad occidental moderna incita a los individuos a vivir en un universo de competición generalizada que los lleva a una lucha económica constante, sujeta las relaciones sociales al modelo del mercado, empuja a justificar desigualdades cada vez mayores y transforma al individuo por medio de la estrategia de seducción de llevar su vida como una empresa (Bedoya Hernández, 2018; Brown, 2017; Laval y Dardot, 2013; Vásquez, 2005). Según Laval y Dardot (2013): “Desde hace más de treinta años, esta norma de existencia preside las políticas públicas, rige las relaciones económicas y remodela la subjetividad” (pp. 13-14). Así, se ha concluido que la forma de concebir al individuo y la sociedad en la racionalidad de gobierno neoliberal está soportada en dos principios fundamentales; tener como modelo de vida la empresa y como modo de existencia la competencia (Bedoya Hernández, 2018).

Ahora bien, una de las características más destacadas del neoliberalismo es su capacidad de plasticidad, es decir, de saber reacomodarse a múltiples situaciones y necesidades con el fin de mantener sus intereses. Así, nos encontraremos a lo largo de este trabajo que expresiones como creatividad, autenticidad e innovación son capturadas e introducidas en el repertorio semántico neoliberal y despojadas de toda función crítica y política.

Bajo este discurso, el individuo es motivado a ser un individuo que gestione su existencia de acuerdo con las lógicas del mercado. Veremos, a lo largo del trabajo, como el Estado elude toda responsabilidad sobre las condiciones existenciales y ontológicas de las personas llevándolos a hacerse responsables de sí mismos (Bedoya Hernández, 2018). Emerge, entonces, como lo denomina Butler (2010), un continuo de responsabilización en la que el individuo asume las inequidades y desigualdades del sistema como si fueran propias. De este modo, como lo mencionan Retamozo y Stoessel (2020), la disolución parcial o total de esas estructuras sociales es reemplazada por una dialéctica de las “elecciones individuales”. De tal modo, se hipostasias el modelo de llevar la vida como una empresa en un régimen competitivo que supone ciertos tipos de relacionamiento. De este modo, bajo el lente de la subjetivación empresarial, somos llevados a relacionarnos con los otros como clientes y competidores (Bedoya Hernández, 2018).

Cuando nos referimos al neoliberalismo como una racionalidad, pretendemos seguir el pensamiento foucaultiano que involucra el funcionamiento de las prácticas que se insertan en el

poder y determinan los modos de vida. Por ende, las prácticas se corresponden con unos objetivos, medios y estrategias a los cuales el estado debe responder. De esta manera, el neoliberalismo promueve prácticas y articula discursos como el de la productividad, el rendimiento, la competencia (Bedoya, 2018), todos estos motivados porque la persona pueda hacer un *trabajo sobre sí misma*, idea que cobrará gran significado en este trabajo. Sobre esto, Lazzarato (2020) afirma que el “...capitalismo contemporáneo, sus empresas, sus instituciones, prescriben un cuidado de sí y un trabajo sobre sí, ya sea físico o psicológico, (...) una estética de la existencia que parece trazar las nuevas fronteras de la sujeción capitalista” (p. 218). Tal idea señala al capitalismo y sus modelos de empresa se orientan como un sistema de valores prescriptivo que orienta la existencia de los individuos mediante un mecanismo de sujeción. Como consecuencia, el neoliberalismo se torna en una poderosa matriz de subjetivación que presiona a cada individuo a adoptar como modelo de vida la *empresa* y como norma de existencia la *competencia*. En este sentido, la forma de subjetivación ideal que fabrica el neoliberalismo es el «empresario de sí» (Foucault, 2007; Laval y Dardot, 2013; Vásquez, 2005), aquel que invierte constantemente en sí mismo a partir de unas técnicas y estrategias que lo conducen en su constante búsqueda de la autorrealización, el bienestar total y la capitalización de sí mismo (Brown, 2017).

Ahora bien, en esta manera de relacionarse consigo mismo tan característica de la racionalidad de gobierno neoliberal, debemos señalar la necesidad, cada vez más extendida, que tiene el sujeto de desarrollar una relación creativa y productiva «consigo mismo». Para Lorey (2008), la relación en la que es posible crearse «su propio» cuerpo, «su propia» vida y a «sí mismo» es fundamental para comprender la forma del poder gubernamental. Además, para el propósito de nuestro trabajo, la idea de *crearse la propia vida* surgió de la mano de los dispositivos de gubernamentalidad que, ante todo, conectan con una multiplicidad de prácticas para la conducción de la conducta.

Dicho esto, partiendo que el neoliberalismo opera como una racionalidad de gobierno que se legitima como algo verdadero, para Castro Gómez (2010) la racionalidad en Foucault alude al “funcionamiento histórico de prácticas que se insertan en ensamblajes de poder” (p. 34); prácticas que son “racionales” en cuanto se presentan como tal y proponen unos objetivos hacia los cuales debe ser dirigida la acción.

En esta forma de racionalidad, el neoliberalismo articula gran diversidad de prácticas que convergen en discursos sobre la productividad, la individualización, el rendimiento, la

competitividad, la optimización y, más recientemente, cuestiones como la creatividad, la autonomía, la innovación y la autenticidad. Dicho esto, el neoliberalismo delimita un espacio para la configuración de subjetividad en el mundo contemporáneo.

En cuanto a la creatividad, expresión que ha tenido un momento histórico de resistencia, podemos pensar, siguiendo a Han (2014), que la positividad del neoliberalismo hace que el individuo se crea libre, autónomo y soberano, a pesar de que en el fondo es coaccionado por un sistema de productividad y de optimización. No obstante, esto es una cuestión que encontraremos a lo largo del trabajo. Por lo tanto, podemos asumir que las subjetividades fabricadas por el neoliberalismo recrean la racionalidad neoliberal en sus modos de vida y en la multiplicidad de esferas, en el trabajo, en la escuela, en la empresa, en el encuentro con el otro, en la vida cotidiana y en la relación que se establece consigo mismo. Como consecuencia, es posible hablar de un entramado o una matriz de subjetivación.

1.1. Saber, poder y subjetivación. La matriz que permite la comprensión del sujeto contemporáneo

Aunque en la introducción de este trabajo hemos abordado esta matriz analítica, lo hemos hecho para señalar el recorrido metodológico que orienta este trabajo. A pesar de que hemos dado algunas nociones de lo que se comprende por esta matriz de análisis es pertinente profundizar en ella en cuanto da cuenta de la configuración de un cierto tipo de sujeto, que es, *grosso modo*, el interés fundamental de este trabajo. Orientados por la obra de Michel Foucault, comprendamos que uno de sus intereses a lo largo de su trabajo estuvo orientado desde la cuestión del poder gubernamental hasta hacer del sujeto la preocupación central de sus estudios, a pesar de que no se refiere a un sujeto sustancial o transcendental ni a una teoría del sujeto, lo cual pondría en entredicho sus mismos planteamientos. Como lo menciona el mismo Foucault al decir que su objetivo no ha sido analizar los fenómenos de poder ni las bases para este análisis, tratando de producir una historia de los diferentes modos de subjetivación del ser humano en nuestra cultura (como se citó en Castro, 2004).

Dicho lo anterior, a lo que Foucault termina apuntando es a los juegos de verdad, los regímenes discursivos y las prácticas de poder en los que se inserta el individuo y que lo configuran como cierto tipo de sujeto (Foucault, 1999). Así, Foucault termina por abordar, desarrollar y

problematizar una historia y analítica de los modos en que el individuo se ha subjetivado en nuestra cultura (Foucault, 1982; Castro, 2004), claro está, para esto no lleva a cabo un ejercicio historicista de recapitulación de acontecimientos, sino los modos de relacionamiento y sujeción que quedan expresados y normalizados en la historia y donde, además, cobra gran importancia abordar la cuestión del *saber* inmersa en relaciones de poder y estructuras sociales. El saber no es estático ni neutral, sino que se construye históricamente y varía en diferentes contextos y épocas. Foucault (2002) examina cómo el saber se produce, se organiza y se utiliza para ejercer el poder, el conocimiento no es algo que exista de manera independiente o neutral, sino que está intrínsecamente relacionado con el poder. El saber no es solo un conjunto de verdades universales, sino que está influenciado y moldeado por relaciones de poder, discursos dominantes y prácticas sociales. Foucault se interesó en cómo el conocimiento es creado, mantenido, y utilizado como una herramienta de dominio en las sociedades.

Foucault desafía la noción tradicional de que el poder reside en instituciones específicas o en individuos. En cambio, lo ve como una red de relaciones sociales donde el poder se ejerce y se manifiesta en diferentes niveles y en diversas formas. Además, el poder no solo se aplica de manera represiva, sino que también puede ser productivo, moldeando y regulando el comportamiento de las personas. Dicho esto, al no partir de una categoría *a priori* de sujeto, Foucault comprende que la subjetivación se da gracias a unas formas de poder que subyugan y sujetan (Foucault, 1999; 1982), algo que permitirá comprender el problema del poder cada vez más en relación con las formas de gobierno o “el arte de gobernar” (2007), que no son reducidas a la institucionalidad, es decir, el poder no se localiza en el Estado. Además, el poder no puede ser pensado como una cosa, una propiedad, sino como una estrategia. Esto quiere decir que el poder es una práctica, más no algo que se posee. Así, los sujetos pueden ejercer el poder.

Foucault (1999b) se refiere a la existencia de las relaciones de poder para mostrar que toda relación humana es una relación de poder, pues en ella cada uno intenta “dirigir la conducta del otro” (p. 404). Siguiendo al autor, “lo que define las relaciones de poder es un modo de acción que no actúa directa e inmediatamente sobre los otros. En cambio, actúa sobre sus acciones” (Foucault, 1982, p. 253). Así vistas, las relaciones de poder producen un cúmulo de acciones las cuales tienen como objetivo conducir la vida de los otros; es decir, gobernarlos.

Ahora bien, en este punto podemos conectar con la labor ontológica que orienta este estudio, ya que, el mismo Foucault no desarrolla una labor teórica del sujeto sino analítica. De este modo,

cobra importancia la labor de realizar una analítica de las relaciones de poder que incluyan: sus sistemas de diferenciación, objetivos que persiguen, modalidades instrumentales que utilizan, formas de institucionalización implicadas, tipo de racionalidad puesta en juego (Castro, 2004). Todo un entramado que se pone en juego, para nuestro interés, comprendiendo el lugar estratégico que cobra la creatividad como dispositivo de gobierno.

Es importante señalar, como lo hemos venido planteando, que la concepción de Foucault sobre el poder se aleja de una visión coercitiva de soberanía y se acerca a algo propio de las relaciones humanas. Así, el poder busca producir o mantener algo de manera estratégica, como saberes y subjetividades, algo que refuerza la idea de poder concebido como gubernamentalidad, algo que se evidencia, sobre todo, en los cursos de Foucault de los años de 1978, *El nacimiento de la biopolítica* (2007), de 1979, *El gobierno de los vivos* (2014) y en *Hermenéutica del sujeto* (2002). Este desarrollo de la noción del poder llevará a plantear cómo se establece una relación de gobierno con los otros y consigo mismo (Castro, 2004) a partir de la práctica necesaria de la libertad de los sujetos es condición necesaria, tanto para el gobierno como para emerger en respuestas y reacciones donde se manifiesta la resistencia a ser gobernado de cierta manera.

Finalmente, para comprender la manera como el sujeto se constituye a sí mismo, es crucial comprender los juegos de verdad y prácticas de poder en que está inscrito (Foucault, 1999), por ejemplo, de la manera como Foucault (1998a) en *Historia de la sexualidad* explora cómo las estructuras sociales y las prácticas de poder influyen en la producción y regulación del saber sobre la sexualidad y constituyen un cierto tipo de sujeto histórico y “normalizado”. En efecto, la subjetivación alude a los estudios sobre “los juegos de verdad en los cuales el sujeto, en cuanto tal, puede constituirse en objeto de conocimiento” (Castro, 2004) y a lo que hace el sujeto sobre sí mismo, creando y haciendo de su vida una obra (Foucault, 1999; Lorey, 2008). La subjetivación se refiere a cómo las personas se constituyen como sujetos dentro de una sociedad dada. Foucault argumenta que el poder y el conocimiento no solo actúan sobre los individuos, sino que también los construyen como sujetos. Esto implica que nuestras identidades, percepciones y comportamientos son moldeados por las estructuras de poder y por las formas de conocimiento que operan en una determinada sociedad.

1.2. Apuntes sobre el sujeto «empresario de sí» como sujeto prototipo

Autores como Vásquez (2005), Castro Gómez (2010), Laval y Dardot (2013), Brown (2017) y Han (2014) han enfatizado al sujeto empresario de sí como un prototipo de la racionalidad neoliberal motivado por la competencia y que denota un tipo de relacionamiento particular con los otros. Un sujeto que responde, ante todo, a las exigencias del mercado.

El individuo como empresa lleva a pensar en una economización de la vida en todas sus esferas, sin embargo, para llegar a nombrar al empresario de sí, es fundamental retomar algunos planteamientos recuperados por Castro Gómez (2010) sobre la racionalidad del capitalismo y su efecto en la vida cotidiana, además, de la importancia por los postulados desarrollados por la escuela de Friburgo.

Inicialmente, se parte del pensamiento de Weber quien enfatiza en el espíritu del capital y da cuenta de unos hábitos mentales y morales concretos que lo llevaron a ser una racionalidad esencialmente pragmática y, consecuentemente, a distanciarse de Marx en la medida que no se interesa por la lógica contradictoria del capital. De este modo, la acción económica es valiosa por los resultados que produce, por ende, no se comporta de manera aislada y abre paso a la calculabilidad de la acción, lo que lleva a los individuos a actuar conforme una razón particular (Foucault citado por Castro Gómez, 2010).

En este sentido, Weber encuentra una irracionalidad en el capitalismo que produce efectos no deseados y que pareciera debe renovarse. En este punto, interviene la escuela de Friburgo proponiendo que lo requerido es la creación de un marco institucional adecuado donde la economía capitalista funcione; tal cosa llevaría a una intervención del Estado sobre el mercado y especialmente sobre el marco del mercado, el Estado es quien define unas reglas de juego que determinan la capacidad de maniobra de los individuos, supone que todos los que intervienen pueden tomar sus propias decisiones y estar en un juego “equitativo” (Castro Gómez, 2010, p. 192).

Con esta intervención estatal se espera resolver la problemática de Weber, ya que el estado suministra unas reglas de juego en las que cada individuo encuentre un lugar donde pueda asegurarse a sí mismo, así, contrarrestando los efectos de competencia que estaba produciendo el capitalismo. La sociedad regulada da paso a una sociedad en la cual el principio regulador no debe ser tanto el intercambio de mercancías como los mecanismos de competencia. Estos mecanismos deben tener la mayor superficie y espesor posibles y también ocupar el mayor volumen posible en

la sociedad. Es decir, que lo que se procura obtener no es una sociedad sometida al efecto mercancía, sino una sociedad sometida a la dinámica competitiva (Foucault, 2007, pp. 181-182).

La escuela de Freiburg propone la necesidad de retorno del *ethos* capitalista a una ética del deber profesional, en tal sentido la urgencia de ocupar la trama social en todas sus esferas y que adquieran la forma de empresa, la familia como empresa, las instituciones como empresa y sobre todo el individuo como empresa a partir de la capitalización de sí mismo (Castro Gómez, 2010).

Hacer que cada cual conduzca su vida conforme a las exigencias del trabajo abnegado, sabiendo que su "salvación" en este mundo depende de sí mismo. El proyecto de la Escuela de Freiburg busca crear las condiciones formales ("política de marco") para el resurgimiento de la ética del trabajo en la sociedad entera, a fin de que cada uno pueda "capitalizarse" y acceder a los beneficios del mercado (Castro Gómez, 2010, pp. 194-195). En esta vía, podemos introducir la idea de "capital humano" de Gary Becker (1964) la cual es un factor crucial en la determinación de la productividad y los resultados económicos de los individuos y las sociedades. Becker define el capital humano como los conocimientos, habilidades, competencias y capacidades que posee un individuo y que pueden ser utilizados para generar valor económico. El capital humano se puede considerar como una inversión, similar a la inversión en capital físico. Las personas pueden invertir recursos, como tiempo, esfuerzo y dinero, en la adquisición y mejora de su capital humano. Esta inversión en capital humano puede generar rendimientos a largo plazo en términos de mayores oportunidades laborales, ingresos más altos y mayor calidad de vida.

Sobre estos planteamientos de Becker regresaremos a lo largo del trabajo, sin embargo, es de notar cómo surge un sujeto que debe llevar su vida como una empresa, invirtiendo constantemente en sí mismo, a esto se refiere el sujeto "empresario de sí" que demuestra la penetración del mercado en la vida cotidiana y en la formación del individuo abrigándolo con las condiciones para que se dé un gobierno de sí mismo. Según Laval y Dardot (2013) "la racionalidad neoliberal tiene como característica principal la generalización de la competencia como norma de conducta y de la empresa como modelo de subjetivación" (p.15).

Este empresario de sí tiene diferencias con el hombre económico del liberalismo que era entendido como un sujeto de intercambio, el característico del neoliberalismo se comporta como máquina empresarial (Castro Gómez, 2010) o como pequeña empresa (Laval y Dardot, 2013). Por esta razón, las acciones que lleva a cabo el sujeto buscan el mejoramiento del propio capital. Asuntos como el aseguramiento de la salud y la educación deben ser resueltos por cada sujeto si

quiere valorizarse a sí mismo. Según Castro Gómez (2010), ser “empresario de sí mismo” conlleva una gran autonomía que permita no depender de los subsidios del estado y sí reinventarse constantemente. En este sentido, preguntarse por la relación que se tiene frente al otro, que cuanto menos es promovido como un rival.

En la razón neoliberal, el control de sí mismo pareciera un modo de auto-subjetivación, sin embargo, es claro que el mercado promueve cierto tipo de subjetivación. Emprender una gestión de sí conlleva la capacidad de “reinventarse constantemente y de gestionar su propio capital humano” (Castro Gómez, 2010). Este tipo de razonamiento da cuenta del empresario de sí, que, aunque podría parecer una suerte de auto-subjetivación, en realidad se acude a una suerte de libertad constrictiva que fuerza al sujeto a subjetivarse según las dinámicas que favorecen el mercado. Han (2014) ha argumentado que el sujeto moderno está atrapado en un exceso de positividad que termina en una suerte de constitución de sí mismo por sí mismo, hay una constante reafirmación del yo, en oposición, la negatividad de la vida aparecería por una relación de tensión con el otro que genera una mutua constitución del sí mismo. Bedoya Hernández y Castrillón Aldana (2017) plantean que el sujeto del neoliberalismo, más allá de sus características solipsistas, despliega toda una preocupación por los otros en tanto clientes, competidores o maestros, consideran que el “empresario de sí” es activo constructor de vínculos, pero con una finalidad empresarial, de capitalización y exaltación de sí mismo. Para Valverde Brenes (2014) tanto el sí mismo como el otro se han vuelto mercancía, postula como esta objetivación producida por el sistema genera una separación entre el concepto de persona e individuo, plantea en la persona la implicación de un sujeto consciente de sí mismo, a diferencia del individuo, que no lo es dado que el sistema le brinda los elementos para la subjetivación, para él, el individuo no tiene nada, no es nadie ante los otros (Valverde Brenes, 2014). La pregunta por cómo opera el otro en el propio proceso de subjetivación es soportada por un individualismo excesivo promovido por la razón neoliberal.

Para Bedoya Hernández y Castrillón Aldana (2017), Foucault retoma de los griegos, sobre todo de los epicúreos y los estoicos, cómo el sujeto debía combatir consigo mismo para dominar sus placeres y deseos para que estos no se interpusieran en la vida política, en este sentido, la vida en comunidad se presentaba como el objetivo para los griegos. En oposición a esto, la racionalidad neoliberal evidencia una participación instrumental del otro, es decir, es incluido en la relación siempre y cuando pueda sacar algún beneficio, como la relación que se lleva a cabo con un cliente;

de no presentarse esta relación, el otro aparece como un obstáculo para la subjetivación de sí mismo. Según Bedoya Hernández y Castrillón Aldana (2017), la lucha es contra los otros, aparecen como competidores que hay que destruir para no poner en riesgo la propia subjetivación, luchar contra sí mismo, como se evidenciaba en los griegos, no es algo que conviene al neoliberalismo. Además, como lo muestran Han en su texto *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder* (2014), el nuevo amo es el capital, aunque se tenga el imaginario de que se es amo de sí mismo, anteriormente el otro podía cumplir con el papel de amo o esclavo. Ahora bien, Butler (2015) encuentra que, al reconocer su propia capacidad formativa, el esclavo ocupa el lugar del amo, pero, una vez que este es desplazado, el esclavo se convierte en amo de sí mismo, más concretamente, en amo de su propio cuerpo.

Con esto se pretende vislumbrar cómo hay una relación constante de tensión y formación que posibilita el desarrollo de ambos individuos y en este sentido, afirmar el yo o sí mismo como una actividad profundamente negadora, que refuta activamente la existencia de todo al postularlo como actividad constitutiva suya. Tanto la relación consigo mismo como con los bienes exteriores se empieza a regir por el modelo de la empresa, entrando en la lógica de competencia con los otros. Dadas estas lógicas, en el exterior ya pareciera darse un encuentro con el otro donde se generan tensiones y una mutua constitución, lo que se encuentra en lo exterior es aquello que favorezca el gobierno de sí en términos de empresa.

No es el resultado del trabajo lo que se anexa a la persona como su prolongación, es el gobierno de sí del individuo lo que en adelante deberá interiorizar las reglas de funcionamiento de la empresa; no es que el exterior (o sea, el resultado del trabajo) pase de algún modo al interior, sino que el exterior (la empresa) proporciona la interioridad de la relación con uno mismo la norma de su propia reorganización. (Laval y Dardot, 2013, p. 131). “El neoliberalismo no es sólo la “reactivación de viejas teorías económicas”, no es “otra cosa que [...] la instauración de relaciones estrictamente mercantiles en la sociedad” (Foucault citado por Brown, 2017, p. 45).

En Laval y Dardot (2013) se encuentra, “la figura del ciudadano se borra poco a poco para dejar paso a la figura de hombre empresarial” (p. 388). Como se mencionó en el párrafo anterior, la forma de vida actual es altamente competitiva y borrar con la figura de ciudadano da cuenta de esta suerte de aniquilamiento de la vida política. Para Brown (2017) a través del dominio de la razón neoliberal el sujeto ciudadano deja de ser un sujeto político para convertirse en uno económico donde el estado se reconstruye de uno que se fundamenta en la soberanía jurídica a uno

modelado a partir de una empresa. Para Han, (2017) “el espacio político es un espacio en el que yo me encuentro con otros, hablo con otros y los escucho” (p. 123).

Han (2017), en su texto *la expulsión de lo distinto* plantea que en este tiempo de exceso de positividad el otro ha desaparecido. “La expulsión de lo distinto pone en marcha un proceso destructivo totalmente diferente: la autodestrucción” (Han, 2017, p. 9-10). En la lectura de Han se encuentra que el otro termina siendo igual a sí mismo, es una reafirmación del sí mismo y, por tal motivo, no podemos acudir a él.

La totalización a la que hoy fuerzan las relaciones neoliberales de producción vuelve al yo ciego para el otro, el otro solo se anuncia mediante una brecha en el ser en cuanto ser sí mismos (Han, 2017), así, no se acude a lo distinto. Es más, para Han (2017), lo distinto que ya no se halla en el otro tampoco se halla en sí mismo, la dualidad ya no se expresa afuera ni adentro, “Cuando toda dualidad se ha extinguido uno se ahoga en sí mismo. Cuando falta toda dualidad uno se fusiona consigo mismo” (Han, 2017, p. 114).

Es tal relación quebrantada con el otro y que inevitablemente afecta el sí mismo lo que debe ser reconsiderado. Para Han (2017) se debe retornar al lenguaje de responsabilidad frente al otro, escuchar y responder al otro. El retorno al otro debe partir de la afirmación de la alteridad, es en este sentido que se parte de las ideas de reconocimiento e intersubjetividad para darle la bienvenida al otro. Según Han (2017), la totalización del tiempo del yo da cuenta de la crisis actual, retornar al tiempo del otro es romper con las lógicas neoliberales ya que es un tiempo en el cual el sí mismo no es productivo, por ende, acudir al tiempo del otro es crear comunidad.

Para Bauman (2003), los lazos sociales han sido reemplazados por conexiones. En un sentido similar, Bedoya Hernández y Castrillón Aldana (2017) suponen que el sujeto del neoliberalismo si despliega una preocupación por los demás, pero en tanto clientes, competidores o maestros. De este modo, el empresario de sí es un activo constructor de vínculos, o conexiones, pero con una finalidad empresarial, de capitalización y exaltación de sí mismo. Como vemos, la competencia no se da sólo entre empresas, sino entre trabajadores, empleados y colegas (Castro Gómez, 2010).

No sería nada ingenuo pensar que en una relación de competencia entre individuos se debe interactuar correctamente con el otro para conocer sus fortalezas y debilidades y poder vencerlo, sin embargo, Laval y Dardot (2013) mencionan que en este sentido los emprendedores no siempre toman las mejores elecciones, porque ignoran decisiones de los demás. Aprenden mediante la

confrontación comercial como operar en el juego del mercado donde cada participante trata de superar a los demás en una lucha incesante para llegar a ser líder; pero es claro que no se evidencia un intercambio con el otro basado por principios intersubjetivos de reconocimiento. Se evidencia una instrumentalización de los demás donde las transacciones ganan más peso que las relaciones, es así como los médicos requieren dejar libres las camas de atención lo antes posible como un acto rentable (Laval y Dardot, 2013).

Se vislumbra que en esta constitución del sujeto empresario de sí, el otro no desaparece ni es aniquilado, más bien la relación entre el sí mismo y el otro cambia y se orienta de manera instrumental, donde el otro pareciera objetivarse. Para Laval y Dardot (2013), esto es más complejo, ya que se evidencia una imposibilidad de atribuir al otro, y a uno mismo como otro, algo distinto de su valor de goce, es decir, aquella capacidad para “devolver” o retornar en el otro y en el sí mismo. Así, lo que se pretende es tomar a los otros en cuanto beneficien el propio goce y de descartarlos cuando se presentan como insuficientes. De tal modo, lo propio de conducirse como empresario de sí, es inducir cierta conducta hacia los demás que se sabe que también operan con el mismo modelo (Laval y Dardot, 2013).

Ahora bien, los cambios en la relación con el otro como consecuencia de la razón neoliberal y sobre todo a raíz del capitalismo exacerbado ha sido un tema desarrollado teóricamente por la sociología y la filosofía, es más, esta relación entre el modelo económico predominantes y las relaciones sociales es uno de los ejes transversales en los teóricos de la escuela de Frankfurt. Theodor W. Adorno y Max Horkheimer (1998) escriben en dialéctica de la ilustración

La industria está interesada en los hombres sólo como sus propios clientes y empleados y, en efecto, ha reducido a la humanidad en conjunto, así como a cada uno de sus elementos, a esta fórmula agotadora. (...) En todos los casos no pasan de ser objetos. (...) Él mismo como individuo es lo absolutamente sustituible, la pura nada... (p. 191)

Es de notar cómo el individuo se ha cosificado, tanto el sí mismo como el otro, se han vuelto mercancía. Pareciera que la objetivación producida por el sistema capitalista hace que no se pueda referir al término persona, dado que será el sistema quien brinda los elementos para la subjetivación. En este sentido, se es ante los otros en la medida que se tengan cosas que hagan

notar o sobresalir, dado que el individuo debe trabajar constantemente en no pasar desapercibido, pero si el individuo no tiene nada, no es nadie ante los otros (Valverde Brenes, 2014).

2. El despertar de la creatividad como forma de vida e ingreso al mercado

Tratar de elaborar un desarrollo conceptual de la creatividad implica reconocer sus diversas acepciones. En la actualidad podemos asociar la creatividad a la solución de un problema, a la obra de un artista, a una investigación, a un descubrimiento, a un proceso, a un tipo de pensamiento, a una facultad, o, incluso, a una forma de vida. Ahora bien, cuando nos acercamos a algunos intentos de consolidar una definición sobre creatividad, encontramos distintas perspectivas. En la edición online del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2021), se define la creatividad como “la facultad de crear o la capacidad de creación”, allí mismo, crear significa “establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado”. El *Oxford English Dictionary* afirma, en su edición virtual, que la creatividad es “el uso de la habilidad y la imaginación para producir algo nuevo o para producir arte” (Murray, 2021). La definición de la Enciclopedia Británica define la creatividad como “la capacidad de hacer o de traer a la existencia algo nuevo, ya sea una nueva solución a un problema, un nuevo método o dispositivo, o un nuevo objeto o forma artística” (Kerr, 2021).

Las definiciones convergen en señalar que la creatividad tiene que ver principalmente con introducir algo nuevo, sin embargo, un rastreo histórico del término como el que realiza el filósofo e historiador polaco Władysław Tatarkiewicz (1997) muestra la transformación del término en cuatro momentos históricos. El primer momento asumía que el acto de crear implicaba una especie de don de la divinidad, una característica innata. La segunda fase abarcaría la revisión latina de la cultura griega para referirse a la creación artística. La tercera fase se identificaría con la formación del concepto “sujeto creativo” donde sería influyente la idea de genio artístico. La cuarta etapa se situaría ya en el siglo XX, donde se empezaba a llevar la creatividad por fuera de la creación producida por un artista para empezar a considerarse de manera más amplia a cada acto del hombre que no se limita a afirmar, imitar o repetir. En este último punto no sólo se abren otras fronteras para la creatividad por fuera del arte, sino que se aleja de ideas innatistas y se empiezan a concebir sus expresiones en aspectos más generales de la cultura y la vida cotidiana.

La alta difusión que ha tenido la creatividad en diferentes momentos históricos ha llevado a la especialización de su estudio y, a pesar de ser un concepto abordado y problematizado por diferentes ciencias y discursos como la antropología, la sociología, la filosofía, y recientemente por la educación y la economía, ha sido la psicología quien ha llevado la batuta fundamental en el

estudio y teorización sobre la creatividad. Al respecto, Sawyer (2011) menciona que las creencias o mitos que se tienen sobre la creatividad en la cultura occidental la han llevado esencialmente a un plano individual. Esto tiene mucho sentido cuando pensamos el desarrollo y estudio de la creatividad como una facultad individual que se debe potenciar.

Más allá de los estudios psicológicos de la creatividad, a partir de los años 50's y 60's se empiezan a hacer más evidentes transformaciones sociales que llevan a actualizar ciertas necesidades en los Estados, lo que traería nuevas perspectivas sobre la creatividad que se verían más consolidadas en los años 80's. Así, la economía, la industria, las políticas públicas y el desarrollo empiezan a hacer aportes sustanciales a formas de comprender la creatividad. Pope (2005) señala que “se necesita creatividad [...] para hacer frente al desafío de acelerar cambios de una magnitud sin precedentes” (p.19).

Luc Boltanski y Eve Chiapello (2002) señalan, en su libro, *El nuevo espíritu del capitalismo* que, por ejemplo, las actuales formas de comprender el trabajo como un proyecto tienen que ver con la crítica artística que se empezaba a acentuar a finales de los años 60's y que llevaría a una mayor demanda de autonomía, independencia y satisfacción creativa en el ámbito laboral. Asimismo, Harvey (2007) alude a que el neoliberalismo adoptó nuevas formas de pensar la creatividad como respuesta a necesidades productivas, por ejemplo, la crisis petrolera de los años 70, de este modo, nociones como libertad, individuo y creatividad serían retomadas y ampliadas como respuestas para el crecimiento económico y productivo.

Con este desarrollo preliminar, se pretende orientar el contenido de este capítulo. Primero, nos acercaremos a un desarrollo histórico de la creatividad y las maneras cómo ha sido comprendida. Luego, nos enfocamos en desarrollar la creatividad en relación con la psicología como la ciencia que ha abanderado su estudio. Por último, mostramos cómo la creatividad se instala en un discurso industrial, desarrollista y económico que permite a los Estados hacer uso de manera muy estratégica, por ejemplo, para intensificar y legitimar la concepción del trabajo de trabajo actual donde las personas son transformadas en mercancías, sépase, como una forma de trabajo enajenado; todo esto bajo una lógica que relaciona la creatividad con la racionalidad neoliberal.

2.1. Creatividad: recorrido histórico por el término

De la mano de Tatarkiewicz (1997) podemos iniciar nuestro recorrido con la idea que se tenía en la Grecia antigua como un punto de partida importante para pensar el desarrollo de la creatividad y de la sociedad en occidente. Partamos de que conceptos como “crear” o “creador” no aparecen en el lenguaje cotidiano de los griegos, incluso, la labor que desarrollaban los artesanos no se consideraba como algo nuevo u original ya que era una imitación de algo que ya se encontraba en la naturaleza. En este sentido, el arte y la producción que hacían las artistas seguía ciertos parámetros y normas que no se correspondían para los griegos con la creación sino con la imitación. Según Tatarkiewicz (1997), para los griegos, la creatividad es indeseable en el arte ya que esta última se corresponde con una destreza para fabricar algo que presupone un claro conocimiento de normas y principios que se deben aplicar, lejos está el artista de llevar a cabo un ejercicio de libertad en términos de creación (p. 280). En esta lectura, lo que se evidencia es una posición mimética que tenían los griegos frente a la naturaleza, es decir, si la naturaleza es perfecta al responder a ciertas leyes, la actividad del hombre no debe distanciarse y distraerse buscando una libertad que lo aleja de un ejercicio óptimo de mimesis. A pesar de esto, el ejercicio que realizaba el poeta se diferenciaba al del artista ya que este sí representaba algo nuevo actuando con libertad, así, el término *poeta* se refería a un creador. Otro término asociado con la creación era el de *arquitecto*, según Tatarkiewicz (1997), Platón concebía el principio del mundo como la construcción de un Demiurgo divino que modela el mundo a partir de la materia que tiene existente.

Con el recorrer de la historia, se fueron transformando estas ideas. Según Tatarkiewicz (1997), en la antigua Roma ya se asociaba un ejercicio de libertad y creación a los pintores, similar al que tenían los poetas. También, críticos del arte de la antigüedad como Filóstrato y Calístrato consideraban que existía un ejercicio de imaginación en el arte, como en la creación que producían las manos de los escultores que, al igual que el poeta, estaban dotadas de una bendición divina (p. 281). En el latín sí se tenía una palabra que se refería a crear (*creatio*), pero sólo hasta el periodo clásico cobraría una connotación diferencia al término de fabricar (*facere*). La expresión “*creatio*” fue atribuida a la acción de crear que realiza Dios a partir de la nada, en este sentido, el hombre estaría en la capacidad de fabricar algo, más no de crear. Este concepto cristiano de creación es crucial ya que entra en la cultura europea antes de ser asociado con el arte. Tatarkiewicz (1997) recupera como la base de la teoría cristiana de la creación aparece en el libro de Génesis I donde

se dice que Dios creó al mundo, pero no se dice explícitamente que lo haya creado “ex nihilo”, es decir, de la nada (p. 290). En el mismo génesis se sugiere que la creación proviene de un maestro arquitecto que construye el mundo de acuerdo con un plan, sin embargo, tal planificación puede obedecer más a una orden divina. Como vemos, esta connotación religiosa volvería a alejar el ejercicio de la creación de los humanos y de la actividad que llevan a cabo los artistas, incluso, la edad media establecería un canon para la poesía como un ejercicio perteneciente al arte; tenía normas y, por tanto, se asociaba con la destreza, no con la creatividad.

Ya para el Renacimiento va a ser fundamental la independencia y libertad de los hombres, algo que debía manifestarse en la interpretación artística. Según el recorrido histórico que realiza Tatarkiewicz (1997), no fue nada fácil llegar al término creatividad y, sobre todo, atribuirlo a los hombres. Para Ficino el artista “inventa”; así, Alberi pre-ordenaba sus obras; Rafael conformaba el cuadro a sus ideas; Leonardo empleaba formas no existentes en la naturaleza; Miguel Angel plasmaba una propia visión de la naturaleza; Vasari hablaba de una conquista de la naturaleza por el arte; para Paolo Pino la pintura era la invención de lo que no es; Zuccaro decía que el artista configura un nuevo paraíso, un mundo nuevo; además, los músicos de la época se caracterizaban por demostrar alguna novedad, el compositor era quién producía algo nuevo. A pesar de estos acercamientos a la producción de algo nuevo, que no era equiparable a una imitación, sólo hasta el siglo XVII se registra el empleo de la palabra “creador” por el poeta y teórico polaco Maciej Kazimierz Sarbiewski (1595-1640). Él fue quien expresaría, no sólo que el poeta crea algo nuevo, sino que lo hace tal y como lo hace Dios. Sin embargo, como lo vemos, restringía este ejercicio de creación a la poesía.

A finales del siglo XVII, Felibien y Baltasar Gracián expanden la creatividad a otras artes, manifestando que el arte es un ejercicio de plenitud de la naturaleza, siendo el artista un segundo creador, incluso, con la capacidad de superar la primera naturaleza. Ya para finales del siglo XVIII aparecía con frecuencia el término de creatividad en su constante lucha por liberarse de su uso lingüístico que la hacía inalcanzable al hombre, en su uso psicológico y filosófico que la asociaba con una actividad mística y en su uso artístico que asemejaba al arte con reglas. Como lo recupera Tatarkiewicz (1997), ya en el siglo XIX, sería reconocida la creatividad sólo para los artistas, llegando a usarse el término de «creador» como sinónimo de artista o poeta. Se pasaría del arte como expresión de la perfección a una idea del arte como creatividad, algo que no se consideraría hasta antes de romanticismo; la creatividad se volvería el objetivo en sí mismo del artista.

En el siglo XX se empezaría el debate por el uso del término de creatividad por fuera del arte. Como lo menciona Tatarkiewicz (1997), al considerar o buscar aquella particularidad que comparte la creatividad expresada en el arte, pero también en la ciencia, en las técnicas y en diferentes procesos y producciones de la vida, el rasgo que parece distinguir la creatividad es la *novedad* (p. 292). A pesar de esto, aunque la novedad parece necesaria, no es suficiente para decir que todo lo novedoso es, por ende, creativo. Podríamos pensar que la creatividad implica un alto grado de novedad que puede variar en una forma, modelo o método nuevo; pero sigue pareciendo una idea vaga ya que no podemos cuantificar la novedad para pensar que en cierto rango se convierte en creatividad. Otra característica importante es que la novedad se puede producir por diferentes vías o razones, puede surgir de un proceso metódicamente reflexionado y estudiado, pero también puede aparecer de una manera espontánea o no intencionada. También difiere el efecto que produce alguna novedad, teniendo el impacto sobre un individuo o transformando por completo la sociedad. En suma, pareciese que la creatividad va más allá de algo nuevo, novedoso, pero no podemos determinar o medir cuál es la línea que marca ese más allá.

Ahora bien, la psicología ha encabezado el estudio moderno de la creatividad, entre esto se ha dado a la tarea de medir la creatividad. Sin embargo, podemos decir que, a partir del siglo XX, la creatividad ha sido vista desde la filosofía y la ciencia como una facultad o capacidad que tienen todos los hombres para completar la información que proviene del mundo de manera incompleta, así, todo hombre está destinado y condenado a hacer uso de la creatividad para darle sentido al mundo. Tal visión tiene gran influencia kantiana, considerando que la creatividad se expresa en los procesos y productos de las personas, como en las mismas cosas que ven y oyen. Aunque entendemos que esta concepción puede resultar problemática, ya que no pareciera ser una característica diferenciadora de los seres humanos, asemejándose más bien con una facultad perceptiva, creemos que en estos planteamientos se alojan con fuerza en postulados que hoy en día cobran gran relevancia, como el hecho de considerar a todos los seres humanos, y en todos los ámbitos, creativos.

En este punto, podemos detenernos y pensar la ardua tarea que ha tenido la creatividad para ingresar en la cultura occidental tal como la conocemos, es decir, como algo referente a la acción humana. Es sólo hasta que el hombre empieza a ser poseedor y creador de lo existente que se podrá pensar el acto creativo como una acción humana. Así, en este recorrido por el término, es posible concluir que durante mil años el término de creatividad no existió para los griegos, aunque

existieran prácticas que hoy podemos relacionar con la creatividad, además, en los romanos estaba lejos de relacionarse con la filosofía, el arte y la teología, más bien, era un sinónimo del padre o del fundador de una ciudad. En el periodo cristiano, el término de creador se utilizó sólo como un sinónimo y denominación de Dios, la creación de cosas que no han existido anteriormente se veía como un acto de tanta magnitud que sólo sería logrado por Dios, además, si la naturaleza ha sido creada desde la nada y es perfecta, sería impensable que el hombre logre llevar a cabo una tarea similar y que se emparentaba con la búsqueda de aquello que es verdadero. Sólo hasta la ilustración el término «creador» ingresaría y perduraría de manera exclusiva en el arte, además, daría paso a adjetivar al artista como «creativo» que se caracterizaba por la «creatividad». Tendríamos que esperar hasta el siglo XX para encontrarnos con un término más cercano al uso que hacemos en la actualidad, se comienza a aplicar la creatividad a múltiples dimensiones de la vida humana, a la ciencia, a la política, a la tecnología, entre otros; el uso del término «creatividad» empieza a ser usado de manera general para designar, tanto el *proceso* que se lleva a cabo en una persona que crea, como el *producto* de tal proceso. Además, debemos agregar que la creatividad en la actualidad es valorada de manera positiva, cuando en este recorrido hemos visto que no siempre ha sido así, en la antigüedad se asociaba con un limitante para acercarse a la naturaleza. Para Tatarkiewicz (1997), se valora la creatividad al menos por dos razones; porque amplía el marco de nuestras vidas y porque es una manifestación del poder de la mente humana en su singularidad.

Con lo dicho hasta ahora, vemos como la creatividad no es un concepto estable, más bien es ambiguo. A pesar de esto, consideramos que históricamente ha cumplido una función relevante y que se ha ido transformando con las necesidades históricas, ha sido tratado como un concepto filosófico de gran uso en la sociedad más que un concepto operativo o científico. Como lo menciona Tatarkiewicz (1997), “si comparamos el arte con un ejército, diríamos que no es una espada o un rifle, sino como una bandera. Las banderas se necesitan también con toda seguridad en las ceremonias, y algunas veces incluso en las batallas” (p.300). Ahora bien, a continuación, evidenciamos que el énfasis científico sobre el concepto ha sido muy importante para legitimar nuestra actual comprensión de este.

2.2. La psicología como la ciencia de la creatividad

En la actualidad, la creatividad sigue siendo un concepto que se escabulle fácilmente en el intento de ser definido de manera estable, sin embargo, cuando en épocas anteriores era asociado de manera rápida y casi exclusiva con los procesos y productos artísticos, hoy tal asociación no es tan evidente e inmediata. Al enunciar la creatividad nos podemos referir a un sin número de acciones y productos humanos, que siguen siendo caracterizados principalmente por su carácter de novedad. Así, la creatividad en nuestros días se asemeja a nuevas y buenas formas de resolver problemas, de la organización de las tareas diarias, e, incluso, a la manera cómo es llevada la vida de cierta manera creativa. Además, a pesar de ser un concepto que transcurre de manera muy flexible por diferentes ciencias y discursos, pareciera ser la psicología la encargada, desde mediados del siglo pasado hasta nuestros días, de abordar, soportar y legitimar el concepto. Dicho esto, es evidente que la especialización e interés de la psicología en la creatividad ha obedecido a necesidad e intereses históricos y sociales, siguiendo a Rose (1996), podemos afirmar que la psicología permitió un conocimiento positivo del hombre al ofrecer escenarios de jerarquización en categorías como inteligencia, patología, carácter y, podríamos incluir, la creatividad como una categoría sumamente importante que no ha tenido gran mención. Para llevar a cabo esto, la estadística y la experimentación han tenido un lugar privilegiado cómo técnicas que legitiman un sistema de veridicción a partir de la constitución de criterios científicistas para la psicología y las ciencias sociales y humanas (Bedoya-Hernández, 2018).

La estadística se vuelve una técnica imprescindible que proviene de la exactitud de las ciencias naturales y es usada en el esfuerzo de la psicología por consolidarse como ciencia. Sin embargo, la experimentación parecería ese bastión para completar el engranaje que separaría la psicología más emparentada con la especulación, hacía una psicología científica. Podemos remontarnos a Wundt, considerado el padre de la psicología experimental y fundador del primer laboratorio de psicología, quien pretendía establecer las leyes que gobernaban los hechos de la conciencia de la misma manera que responden los hechos matemáticos y físicos, de allí la necesidad de segmentar la conciencia para poderla conocer. Coincidimos con Bedoya Hernández (2018) cuando plantea que la *laboratorización de la psicología* conduce a plantear como descubiertas verdades que en realidad eran construcciones de los dispositivos experimentales. Latour y Woolgar (1988) sostienen que los laboratorios científicos son lugares donde los científicos y otros actores,

tanto humanos como no humanos, se reúnen para realizar investigaciones y experimentos. Estos lugares no son simplemente espacios neutrales donde se descubre la verdad objetiva, sino que son entornos activos donde se generan y estabilizan conocimientos y verdades. Para Rose (2001, 2012) el laboratorio siempre fue una fábrica de producción de verdades. Tal especialización y disciplinamiento de la psicología lleva a la conformación de un discurso de saber legitimado bajo parámetros de las denominadas ciencias duras que es recibido por todo el público sin mayor oposición.

Ahora bien, esta forma de positivizar y disciplinar la psicología no se da de manera aislada y ahistórica. Como lo hemos mencionado, parece para responder a ciertas necesidades y presentar soluciones al gobierno de la época en un engranaje que se circunscribe bajo las demandas del liberalismo del siglo XIX que promovería la libertad del ser humano e intensificaría la búsqueda del progreso. Sobre esto, insistimos, como lo hace Rose (1996), que concepciones como la inteligencia y la personalidad responden a la delimitación de objetos psicológicos que se articulan en los ejes de saber, poder y subjetividad que sólo se vuelven veraces en la medida que fuesen aplicables a las necesidades históricas. Dicha suerte es aplicable para la creatividad como un objeto de saber que contribuye a tal articulación, por esto, más allá de su segmentación como fenómeno psicológico, que puede ser medible y calculable, se formulan presupuestos para que las personas puedan acceder a la creatividad o llevar una “vida más creativa”. Así, no podemos pensar en ningún objeto del que se ha encargado la psicología como existentes en-sí, sino como construcciones históricas (Rose, 1996) que, además, tienen como finalidad ofrecer soluciones a necesidades históricas concretas. De este modo, lo que encontramos es que la creatividad responde a una urgencia o necesidad en el marco de una racionalidad de gobierno para operar como reguladora de la conducta, y, en cuanto tal, debe ser legitimada como algo verdadero y necesario. Por ende, en la búsqueda constante de individuos creativos, el análisis no se reduce en la construcción discursiva, sino a técnicas y prácticas que orientan este tipo de subjetividad.

Lo anterior nos debe llevar a hacer un análisis crítico de cómo en nombre de la psicología como ciencia se han legitimado discursos y prácticas que se acoplan a intereses económicos y políticos en el transcurrir de la historia. En lo referente a la creatividad como objeto de estudio de la psicología, Sawyer (2011) menciona el hecho de que nuestra sociedad es propicia a considerar a los individuos creativos como sujetos que están dotados de forma innata de rasgos especiales que los hacen únicos, diferentes al promedio de la población. En este sentido, cobran sentido las

conceptualizaciones que dominaron el ámbito de la creatividad, sobre todo hasta la primera mitad del siglo pasado, donde fue concebida como una facultad o capacidad excepcional, misteriosa y que surge de manera espontánea. Y, aunque la psicología ya intervenía en esta construcción, su preocupación se encaminaba a estudiar la creatividad a partir del uso del método científico con el fin de quitar el halo de misticismo que la rodeaba.

No es gratuito que los antecedentes sobre la creatividad desde la perspectiva de la psicología muestran una tendencia marcada por estudios enfocados en la medición y evaluación de la creatividad como constructo psicológico (Rojas de Escalona, 2010; Pérez, 2005), esto responde a la tendencia científicista de la psicología que hemos mencionado anteriormente; además, encontramos estudios que se enfocan en la evaluación en contextos educativos, pedagógicos (Santaella, 2006; Mitjans Martínez, 2013) y organizacionales (Bellón, 2003), esto con el fin de extraer indicadores que den cuenta de las personas creativas. También son recurrentes los estudios que ponen en discusión la creatividad con la inteligencia (Urbina, 2003; Sánchez Ruiz, 2020), que, aunque en teoría pareciera objetos muy diferentes, sus modos de estudio han sido más similares de lo esperado. Por último, encontramos un vasto número de estudios interesados por realizar un recorrido sistemático del concepto de creatividad, esto dada la dificultad que ya hemos abordado para conceptualizar el fenómeno (Narváez, 2018; Esquivias, 2009).

Con respecto a estos antecedentes es menester mencionar como en los años 50, Guilford (1950) llevaría a cabo una conferencia en la *American Psychology Association* (APA) titulada “*creativity*”. La conferencia fue presentada como un punto de quiebre en la investigación psicológica ya que diferenciaba el contenido, la operación y los productos creativos; bajo estos presupuestos la creatividad pretendía abandonar concepciones abstractas y metafísicas pretendiendo cada vez ser más segmentable y cuantificable. La relación que se ha establecido con la inteligencia tampoco nos parece azarosa, a pesar de que los procedimientos para la evaluación han tenido muchas similitudes, allí donde la inteligencia ha sido concebida como un constructo estable y determinista, pareciera que la creatividad fuese más cambiante y, así, las personas tienen la posibilidad de mejorarla constantemente. Incluso, las pruebas de creatividad surgen en respuesta a la exigencia y hermetismo de las pruebas de inteligencia, ya que estas últimas sólo admitían una respuesta válida; mientras que las pruebas de creatividad plantean diversas soluciones. En este sentido, Lewis (1996) menciona cómo las investigaciones sobre creatividad que se llevaron a cabo desde 1965 se concentran en la identificación de características cognoscitivas y afectivas que

distinguen a las personas creativas de las que no lo son. Al respecto, puede parecer algo arbitrario la selección de las características que hacen a una persona creativa, sin embargo, aunque esto nos podría llevar a un análisis riguroso de la conformación de las pruebas sobre creatividad, el cual no es nuestro propósito, más bien nos apoyamos en que tales características ideales de la creatividad no son establecidas bajo una lógica experimental sumamente controlada, sino, bajo presupuestos ideales y deseables en un momento histórico y gubernamental específico. Dicho esto, consideramos que el viraje que se ha tenido desde el concepto de inteligencia hacia el de creatividad responde a necesidades situadas que la creatividad empieza a satisfacer de manera más eficiente, porque, aunque la estabilidad del concepto sigue sin estar muy clara, llama la atención el uso constante y la promoción que se hace como algo que se debe perseguir.

Los aportes de Guilford (1967) contribuyeron a diferenciar algunas características de la creatividad a partir de la aplicación de algunas pruebas, esto fue crucial para el estudio posterior de algunos modelos explicativos. En esta vía, Torrance (1977) definió el pensamiento creativo como un proceso de intuir vacíos o elementos necesarios que faltan, además, también es la habilidad de iniciativa por abandonar la secuencia normal del pensamiento por otra distinta, pero productiva (p. 126). Weisberg (1987) define la creatividad como resultado de una serie de pequeños pasos en los que se van modificando y elaborando trabajos anteriores, de ahí que la asocie a una solución creativa de problemas. Estos enfoques, emparentados con modelos cognitivistas, partían de pensar al sujeto como un ente que busca, almacena y manipula la información que obtiene de manera activa. Además, es de notar como los estudios científicos de la creatividad fueron abordados a partir de un marco positivista, siendo la aplicación de instrumentos que cuantifican ciertas variables de un proceso el fundamento de los estudios. Así, a diferencia de la inteligencia, la persona creativa suele presentarse como bastante flexible y novedosa en los patrones de pensamiento.

Para Guilford (1967), en la creatividad influyen, tanto el pensamiento convergente como el divergente. El primero es aquel que se relaciona con el aprendizaje y reproducción de conocimientos adquiridos, sin embargo, la creatividad es una expresión del pensamiento divergente que implica el uso que se hace del conocimiento previo con mucha pericia, es decir, la creatividad a partir del pensamiento divergente se relaciona más con la generación de conocimiento que con la reproducción de este. Las cuatro características que Guildford definiría de la creatividad son la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración; características que siguen apareciendo

importantes en el estudio de la creatividad. Ahora bien, de los mayores retos que se han tenido hasta el presente en los estudios de creatividad se encuentra la dificultad para observar un proceso o producto que varía según muchas circunstancias y dificultan la confiabilidad y validez que pretenden alcanzar las pruebas. Hasta aquí podemos decir que el pensamiento creativo se ha centrado en la psicología como un tema psicométrico que ha estado tras la comprensión de los seres dotados de capacidad o pensamiento creador.

En la actualidad, la creatividad es un tema de interés general. Es estudiada en ámbitos académicos y productivos e intervienen diversas disciplinas como la economía, la biología, la neuropsicología y la pedagogía. Es común encontrar estudios que han abordado la creatividad de manera localizacionista en el cerebro (Rendón Uribe, 2009), que están tras la red neurológica de la creatividad (AzizZadeh, et al., 2013), que profundizan en la actividad neuronal que se da en el cerebro por el proceso creativo (Rodríguez-Muñoz, 2011; Díaz Martínez, Llamas-Salguero y López-Fernández, 2016). Encontramos problemáticas estas posturas que, valiéndose de los avances tecnológicos que permiten imágenes cada vez más complejas del cerebro, equiparan la actividad o estimulación de una zona cortical con la creatividad y relegan todo su contenido social e histórico. Además, De Bono (1994) seguía considerando al pensamiento creativo como un tipo especial de control de información y que debería ocupar un lugar junto a las matemáticas y el análisis lógico (p.20). Estas tendencias recientes parecen responder a la misma lógica científicista que se ha esforzado la psicología por integrar, para Canguilhem (1998), la psicología experimental que nace con Wundt conserva la “esperanza de hacer aparecer, en las leyes de los 'hechos de conciencia', un determinismo analítico del mismo tipo de aquel que la mecánica y la física dejan esperar que tenga una validez universal para toda ciencia” (p.10). Misma suerte parece tener la creatividad al pretenderla segmentar y positivizar al punto de buscar su localización en el cerebro, esto da lugar a lo que se denomina aprendizaje creativo, el cual debe ser individualizado, significativo y desarrollador, con una originalidad de carácter única y personal. Esto no sólo parece una postura unilateral y sumamente esencialista de la creatividad en la medida que pretende aprehender a la totalidad del fenómeno a partir, por ejemplo, de una resonancia magnética computarizada; sino que es una postura ingenua de la psicología al no abordar y poner en evidenciar los intereses que pueden esconder tales estudios.

Ahora bien, el surgimiento de la psicología positiva parece haber tomado la batuta en el estudio y conceptualización de la creatividad, Mihaly Csikszentmihalyi, pionero de la psicología

positiva, plantea en su libro *Creatividad: el fluir y la psicología del descubrimiento y la invención* (1998), una fuerza impulsora de la vida muy especial a la creatividad. Csikszentmihalyi (1998) sugirió pasar de la pregunta “¿Qué es la creatividad?”, la cual había orientado las investigaciones, por la pregunta, “¿Dónde está la creatividad?”. Esta es una perspectiva estudiada de manera más reciente a partir del supuesto de que la creatividad se produce en la interacción entre los pensamientos de una persona y su contexto sociocultural. Csikszentmihalyi llevó a cabo en los años setenta investigaciones sobre actividades placenteras, de allí empezaría a acuñar la noción de *flow* como un estado donde el individuo se encuentra, se divierte y se retroalimenta en relación con una actividad que lo identifica, que lo satisface y que lo motiva, y que, al realizarla, la incorpora hasta hacerla parte de sí mismo. Según el autor, es útil examinar la vida de los individuos creativos porque, primero, enriquece la cultura y, por ende, la calidad de vida; y, segundo, así podemos aprender cómo hacer más interesantes y productivas nuestras propias vidas (p.26). En este contexto, la experiencia creativa es relacionada por Csikszentmihalyi con el fluir facilitando la generación de un número elevado de ideas donde la originalidad describe algo único o diferente; la flexibilidad transforma el proceso creativo para alcanzar la solución del problema y la elaboración que implica el desarrollo minucioso de las ideas creativas (Csikszentmihalyi, 1998). Según esto, la creatividad parece ser fortalecida como una característica presente en todas las personas y se desvincula de la relación con aspectos asociados a la genialidad y se acerca a una concepción más vinculada a la producción y al rendimiento.

Aunque estos estudios parecen tener una perspectiva más integradora de la creatividad en la medida que la dejan de concebir sólo como un fenómeno individual, postular la creatividad como un estado o experiencia al que todos pueden llegar presenta sus consecuencias prácticas. Cosa parecida sucede con Dávila (2004) quien concibe la creatividad como una capacidad emprendedora, o con Sternberg y Lubart (1997), quienes la ven como nuevos modos de realizar diferentes labores en sus trabajos, nuevos modos de relacionarse entre sí o cuando se esfuerzan por cambiar completamente sus vidas, es decir, la creatividad está presente en la manera en que se resuelve la vida cotidiana. De este modo, relacionan la creatividad con la *inversión*, como un proceso de comprar a la baja adoptando ideas que son desconocidas y que en principio carecen de valor, pero que tienen un potencial de ser vendidos al alza y producir una ganancia significativa (Sternberg, 2006).

Estas formas de definir la creatividad nos llaman la atención ya que asemejan; ya sea de manera metafórica o directa a la creatividad en una relación económica de inversión y desarrollo; además, permea un ámbito, como lo hace Csikszentmihalyi (1998), donde cobra relevancia el hecho de encontrarse en el lugar oportuno, el ámbito de entornos creativos y los ambientes estimulantes para la creatividad. En una perspectiva similar, De Bono (1994), ha realizado estudios sobre la creatividad que logren potenciarla a partir de técnicas que promuevan el pensamiento. Cabe resaltar que estos ambos autores identifican en la creatividad soluciones en una época que se basa por las rápidas transformaciones. Adaptarse de manera rápida y, sobre todo, creativa, se vuelve un imperativo social para los individuos que pueden ser empresarios a partir de una idea creativa, pero también es necesaria la creatividad en las empresas, en las relaciones, en los países; la creatividad termina siendo un valor agregado indispensable para los productos y la vida en general. Este desplazamiento actual de la idea de creatividad permite comprender, por un lado, el énfasis tan marcado en la promoción de prácticas a partir de la proliferación de programas, cursos, capacitaciones y mentorías que permiten acrecentar la creatividad. Así mismo, comprendemos el caso de los estudios actuales de creatividad-Empresa, donde toman gran valor la innovación y competitividad empresarial, las organizaciones pasan a comprender la creatividad como una red social articulada relevante para el estudio de la naturaleza empresarial (Moccia, 2016).

Finalmente, debemos mencionar que, aunque la psicología sigue siendo la ciencia legitimadora de la creatividad, la investigación ya ha desbordado esta disciplina y el ámbito académico, siendo las empresas, instituciones, organizaciones y gobiernos los más interesados en invertir en creatividad. Podemos evidenciar que hoy en día no interesa tanto definir la creatividad, el énfasis está puesto en cómo ponerla en práctica. Esto viene dado por un carácter estratégico como mecanismo que produce respuestas a cuestiones para el gobierno y la conducción de la vida individual y social. En este punto, seguimos a Rose (1996) quien evidencia cómo la psicología se vuelve una tecnología de gobierno ya que; primero, su lenguaje permite la clasificación, jerarquización y relacionamiento a partir de conceptos y teorías que permiten hacer aprehensible la realidad; segundo, establece un sin número de técnicas para acceder a la realidad, de los cuales destacan la medición y diagramación de un constructo; finalmente, es crucial la manera como la psicología ensambla al individuo en sistemas relacionales concretos como la escuela, la familia y la empresa. Lo que logra la psicología enmarcada en una racionalidad de gobierno es una

intervención directa en los sistemas de pensamiento y acción del individuo, aspecto en el cual profundizamos en el siguiente apartado.

2.3. El valor de la creatividad como variable económica y de desarrollo

En vía de lo desarrollado hasta ahora, insistimos que ninguna disciplina y tampoco ninguna construcción conceptual que se relaciona con el ser humano y la sociedad puede ser postulada de manera ahistórica o siguiendo los principios de las ciencias naturales. De este modo, argumentamos como la racionalidad de gobierno neoliberal se ha apropiado del concepto de creatividad de manera estratégica, para lo cual la psicología ha servido como disciplina legitimadora, algo que hemos desarrollado en el apartado anterior. Ahora bien, aunque nuestro interés se enmarca en el análisis de la creatividad, comprendemos que conceptos como emprendimiento, inteligencia, libertad, individuo, entre otros, han corrido con una suerte similar.

Es claro que, tanto la creatividad como otros ideales, fueron exigencias apoyadas en la esperanza de una mejor sociedad. Podemos partir de las sociedades «tradicionales» a mediados del siglo XIX para las cuales el capitalismo propugna el cumplimiento del ideal de libertad mostrándose a favor de las promesas de autonomía y autorrealización que la ilustración consideraba exigencias éticas fundamentales. Ahora bien, tales exigencias fueron traducidas en dos perspectivas derivadas de la primacía del mercado, según Boltanski y Chiapello (2002): (1) sobre la posibilidad de elegir tanto el estado social (profesión, lugar y modo de vida, relaciones, etc.) y (2) elegir los bienes y servicios poseídos o consumidos (p.535). Los autores señalan que, ya para finales de 1960 y principio de 1970, el capitalismo parecía estar ligado a una ralentización de la productividad que se ligaba a un alza de los salarios reales de la población; sin embargo, los acontecimientos de mayo de 1968 demostrarían el momento crucial de una crítica inconforme que exigiría reivindicar más libertades y hacer frente a la «sociedad de consumo»; para esto, fue crucial el llamado a la creatividad, al placer, a la imaginación y a la libertad para instaurar una nueva sociedad (p.17). Sin embargo, los autores enfocan su estudio en las débiles resistencias que se han puesto para la exigencia de esta nueva sociedad, ya que, en realidad, la historia nos ha mostrado la inversión de tal situación, al punto de ver cómo tantos personajes exigentes del cambio se acomodaron de manera muy versátil en el surgimiento de una sociedad opuesta. El mismo Foucault (2007a) pone en evidencia como el liberalismo es un modo de gobierno que consuma la libertad, y para hacerlo,

requiere producirla y favorecerla. La libertad se ha convertido en el «correlato de los dispositivos de seguridad».

Ahora bien, en la década de los 80, el neoliberalismo encausó un discurso en respuesta al descontento generado en la sociedad recuperando elementos del liberalismo clásico (Harvey, 2007). De este modo, nociones como libertad, individuo y creatividad se empezaron a asociar con el crecimiento económico y el desarrollo, ideas que ya aparecían en los pensadores clásicos del libre mercado. Para el liberalismo clásico, la libertad operaba como un imperativo vinculado a la naturalización de las normas económicas. El neoliberalismo se sigue soportando bajo una idea constrictiva de libertad fundamentada por el mercado y la competencia, donde la persona es libre siempre y cuando intervenga en el marco que ofrece el mercado (Bedoya-Hernández, 2013), ya sea consumiendo productos o, de manera más significativa y novedosa, invirtiendo en sí mismos, este último elemento es heredado de los economicistas de los años 60, de este modo, lo que ya muestra Foucault (2007a) en *Nacimiento de la Biopolítica* es que la libertad está subordinada a la libertad de la empresa y el empresario donde se trata de fabricar y organizar su libertad.

Retomemos a Theodore Schultz y Gary Becker, referentes fundamentales para pensar la capitalización de la vida, sus textos *Investment in human capital* de 1961 y *The human capital* de 1964 respectivamente, que fueron retomados por Michel Foucault (2007a) para lograr comprender la configuración del sujeto contemporáneo. Al respecto, podemos decir que los planteamientos del “capital humano” tienen su punto de partida en una conferencia llevada a cabo por Theodore Schultz en 1960 en la *American Economic Association*, allí fue acuñado el término “capital humano” como sinónimo de educación y formación. Schultz planteaba que invertir en sí mismos era aumentar el campo de posibilidades para que los hombres encuentren un camino hacia el bienestar, por ende, los conocimientos adquiridos por medio de la educación (formación) son importantes para cualquier trabajador inserto en el sistema productivo (Pons, 2004, p. 17). Vemos que invertir en sí mismo está asociado a la inmersión en el sistema productivo. Ya en la consolidación de su texto de 1961, Schultz propondría tratar la educación como una inversión que se hacía sobre sí mismo. Así, la persona era comprendida como una forma de capital, más concretamente como capital humano, donde la calidad de la población es interpretada como un recurso con valor y costo económico, para el autor, aquí se encuentra la clave para contribuir al bienestar humano y disminuir la pobreza en el mundo. En esta misma línea, Gary Becker (1964) planteaba la necesidad de que los individuos invirtieran en educación como un costo de oportunidad

por permanecer en la población económicamente activa y, aunque no recibían renta por esto, en un futuro la formación les traerá mejores oportunidades, esto es, invertir en capital humano. De este modo, la utilidad de los bienes de consumo cobra un sentido más eficiente para la lógica productiva, es decir, a partir de la inversión que un individuo hace en sí mismo, es su propio capital humano el que se está acrecentando, de este modo, pasará de ser un consumidor a un *productor* ya que a pesar de que no exista presencia física de bienes de consumo, la formación representa un bien dotado de gran valor económico, como también lo pueden ser la felicidad y el bienestar.

Ahora bien, Becker (1981) fue más allá al considerar aspectos como la familia y la fertilidad como determinantes para el capital humano. En su *Tratado de la familia* realizaba el cálculo de las ventajas y los costos que representaba para las madres jóvenes permanecer solteras (Laval y Dardot, 2013), dicho esto, el aumento de la fertilidad era visto de manera negativa para el crecimiento del capital humano y físico; es más, para Becker y colaboradores (1990), la razón de la gran diferencia a nivel de crecimiento entre los países desarrollados y los subdesarrollados era la fertilidad; mientras en los países desarrollados se tiene un alto ingreso per cápita de capital humano y físico y un descenso en la fertilidad, en los países subdesarrollados se tiene todo lo contrario (p.17).

Tales planteamientos de los economicistas del capital humano ponen en evidencia la conquista de la economía de terrenos que no había capturado de manera tan contundente, más no se trata sólo de eso, este fenómeno proporciona un apoyo discursivo fundamental para la racionalidad de gobierno neoliberal que ha mostrado como, más que promover el consumo, le interesa promover la inversión. Hay una administración total de la vida que equipara la vida privada con la renta. Para Laval y Dardot (2013):

La razón económica aplicada a todas las esferas de la acción privada y pública permite hacer que se borren las líneas de separación entre política, sociedad y economía. Entendida como global, debe estar en la base de todas las decisiones individuales, permite la inteligibilidad de todos los comportamientos, sólo ella sabe estructurar la acción del Estado. (p. 215)

Aquí se vislumbra de manera clara la manera cómo el Estado tiene efectos directos sobre las decisiones individuales. La concepción del capital humano como una propuesta de economía política logra, a partir de la búsqueda de rendimientos económicos, penetrar e influir en la

transformación de la subjetividad de los individuos. Ejemplo de esto es cómo en su invitación a la inversión en seguros privados de salud y pensión, el individuo debe pagar para estar protegido, algo de lo que el Estado se ha desentendido. Claro está, todo este aparataje debe tomar un “cuerpo sólido” que se sustenta en dispositivos que modelan la conducta de los individuos (Laval y Dardot, 20013, p. 217).

Ahora bien, el neoliberalismo realiza un análisis particular del trabajo desde un dominio de análisis puramente económico (Bedoya-Hernández, 2013, p.16). Se comprende la importancia de la actividad productiva como la capacidad de dar y transformar el valor de productos o servicios que sostienen el sistema económico capitalista, en la racionalidad de gobierno neoliberal, el trabajo cumple una función casi identitaria con la propia existencia. Si pensamos al trabajador como sujeto activo e inversor en el sistema económico, el neoliberalismo debe perseguir las motivaciones de las personas, sus gustos, sus cogniciones, sus aspiraciones, anhelos y demás aspectos de la vida interna para ser gobernados, por lo tanto, el neoliberalismo logra economizar múltiples dimensiones de la vida. Lo que nos muestra el neoliberalismo, y esto tiene un gran acento de las contribuciones del capital humano, es que el trabajo se ha *desterritorializado* y ya no se presenta como algo exterior al individuo, sino que se empieza a concebir como una suerte de constructo psicológico, como una idoneidad o una actitud de iniciativa para rentabilizar la propia existencia, así, el individuo no puede dissociarse del trabajo en cuanto siempre está en la búsqueda de capitalizar su existencia. Sobre este componente no nos detendremos en este apartado, ya hemos señalado algunos elementos importantes en el apartado sobre el empresario de sí mismo en el capítulo 1, pero, además, desarrollamos un capítulo analítico (capítulo 4) que pone esto en perspectiva.

A pesar de que nos hemos detenido en señalar cómo el neoliberalismo ha heredado concepciones liberales para enmarcarlas de manera estratégica en una nueva sociedad que vanagloria el «riesgo» donde cada uno es responsable de su destino invirtiendo en sí mismo. Recordemos los planteamientos de 1998 de Tony Blair y Gerhard Schröder que estaban en contra de la regulación económica y el papel activo del Estado ya que eran acciones enemigas del éxito que interrumpen la competitividad, para ellos, nos encontrábamos en un desequilibrio entre las acciones colectivas e individuales fundadas por un «Estado paternalista» afanado por cubrir garantías universales y proponían que se debían recuperar valores como el éxito personal, el espíritu emprendedor y la construcción del sí mismo como pilares de una nueva sociedad que revalorice la creatividad en todos los dominios de la vida (Blair & Schröder, p. 5). Por esto, nos

hemos arriesgado a plantear que la clave de la sociedad del riesgo, más que encontrarse en la «autorregulación», como lo plantean Laval y Dardot (2013, p. 125), está basada en la creatividad.

De manera clara; la creatividad, la libertad, el éxito, el emprendimiento, entre otros conceptos que han servido de exigencias ideales para la sociedad; se han manipulado para asociarse estrictamente con el crecimiento económico y con promesas de prosperidad, progreso y desarrollo. Según Santamaría (2018), para la defensa de la “sociedad libre” propugnada por el liberalismo y el mantenimiento de su hegemonía social es necesario el compromiso y “éste no se logra a partir de la imposición de normas sino de políticas de lo sensible, de estrategias de difusión afectiva, a través del relato del esfuerzo y la superación desarrollado mediante la retórica de los afectos” (p. 45). De ahí, la pertinencia de reapropiarse de conceptos como creatividad, innovación, imaginación e incorporarlos en el discurso del productivismo de manera retórica y afectiva (Martín-Martínez, 2002, p. 99). Verbigracia, el recurso lingüístico y la resignificación de la creatividad implica su uso de manera estratégica, pues, siguiendo a Martín-Martínez (2022), la reinterpretación de la creatividad también implica un proceso de despojarla de su carga ideológica, lo cual es de suma importancia para el sistema, ya que esto contribuye a la formación de empleados que se caracterizan por su falta de interés político y su escasa capacidad crítica. Al mismo tiempo, se les educa en la creencia de que las emociones y los afectos son absolutamente necesarios para que puedan desempeñarse de manera óptima en sus roles dentro de la empresa. El lugar que antes era ocupado por la ideología y la conciencia de clase ahora está ocupado por la convicción que tiene el individuo en su propio talento (p. 99).

No es casual que el llamado que se hace a la creatividad se relaciona con el tener o poseer la creatividad, es más, de manera reiterada se encuentran actualmente expresiones como «espíritu creativo» (Goleman, Kaufman, Rey, 2016) o lecciones para trabajar como creativo o llevar la vida como un taller (Berzbach, 2013, 2017). Cabe preguntarse, ¿Por qué la creatividad requiere de un «espíritu»? , son postulados que, ante todo, se vinculan con un sentimiento de propiedad que se encuentra ligado a la idea de progreso y el crecimiento económico constante que se empiezan a soportar de manera individual en el propio talento.

En definitiva, empezamos a observar de manera más clara todo el entramado estratégico que se puede encontrar sobre la creatividad. Sin embargo, es necesario preguntarnos por las particularidades de la creatividad como dispositivo estratégico de conducción de la vida y, en este

punto, presentar sus particularidades frente a otros conceptos que también han sido atrapados por el neoliberalismo como el emprendimiento o la competencia.

Para mostrar esto, podemos partir de una tensión particular que ha acompañado el desarrollo histórico y conceptual de la creatividad, como lo vimos en el recorrido histórico, la creatividad ha estado en una disputa constante entre su pertenencia y exclusividad al ámbito artístico y su aplicación a otras esferas de la vida cotidiana. No podemos sacar conclusiones deterministas, sin embargo, podemos decir que el uso que se da a la creatividad en la actualidad tiende a abarcar múltiples dimensiones de la vida, no obstante, la especialización y especificidad artística sigue apareciendo como un momento crucial y renovado que marca un componente diferenciador de la creatividad que la mantiene en relación con el arte. Lo anterior lo podemos encontrar sintetizado en el uso indiscriminado que hace el neoliberalismo de la declaración *beuysiana* de que «todo hombre es un artista», la cual se ha promulgado con el mayor entusiasmo.

Para rastrear el momento donde la creatividad empieza a ser capturada de una manera estratégica para la conducción de la totalidad de la vida, primero, es importante retomar el modo como fue captada a favor del modo de producción capitalista. Partamos de la crítica que se realiza al capitalismo soportada en el sentimiento de indignación, donde la creatividad misma representaba una exigencia de transformación de la sociedad. La crítica anticapitalista es tan antigua como el mismo capitalismo y, como lo dice Baechler (1976), es la expresión más importante del capitalismo (p. 268).

Para nuestro interés es importante diferenciar, como lo hace Bourdieu (2006), entre una crítica artística y una crítica social hacia el capitalismo y, aunque nos detendremos en la primera, ambas críticas no son incompatibles. La crítica artística, aunque comparta con la modernidad su individualismo, se presenta como una contestación radical de los valores y opciones básicas del capitalismo (Chiapello, 1998). Según Boltanski y Chiapello (2002), esta crítica artística rechaza el desencanto del mundo a partir de la racionalización, estandarización y mercantilización, que no sólo afecta a los objetos cotidianos, sino también a las obras de arte y a los seres humanos. De este modo, la crítica artística está fundada en un modo de vida bohemio (Siegel, 1988), donde el artista se opone a la voluntad objetiva del capitalismo y de la sociedad burguesa de incorporar, dominar y someter a los seres humanos a un trabajo prescrito bajo las lógicas mercantiles. El artista representa el rechazo a toda forma de sometimiento en el tiempo y espacio y, en sus expresiones más extremas, a todo tipo de trabajo (Boltanski y Chiapello, 2002, p.86).

Los movimientos estudiantiles y sindicales de mayo del 1968 fundan sus exigencias en contra de la necesidad obsesiva de la producción por la producción que mostraban los burgueses; en oposición se encontraban los artistas e intelectuales libres de las ataduras que habían construido una cultura de la incertidumbre como la ausencia radical de toda producción que no fuese la producción de sí mismo (Coblence citado en Boltansky y Chiapello, 2002). Este tema ha quedado de manifiesto y sumamente retomado en el *transeúnte* o *paseante* de los pasajes de París en Baudelaire, del cual la literatura se ha valido para mostrar cómo el artista manifiesta su libertad pasando de un lugar a otro y alejándose de todo juicio moralizante en favor de un juicio estético que se sostiene sólo en la visión del artista. Por su lado, aunque la crítica social podía rechazar la conducta de los artistas calificándola de egoísta, estos parecían plantear una contraconducta que se resistía al modo de vida capitalista.

Así, aunque en la década de 1930 se denunciaba la privatización de los bienes y la explotación de los trabajadores exigiendo justicia social y alcanzando compromisos entre valores cívicos y exigencias industriales que se concretarán en un Estado de bienestar; el nuevo espíritu del capitalismo empieza a tomar forma entre las décadas de 1960 y 1970 al oponerse al capitalismo encuadrado en el Estado, adhiriéndose a la crítica artística que exigía autonomía y creatividad (*ibid*, p. 296). En la exigencia de aquellas formas de vida que no favorecían el despliegue de las potencialidades humanas, particularmente lo limitada que se encontraba la creatividad; el capitalismo abriría sus puertas a dispositivos que capturan estas nuevas demandas a favor de la organización del trabajo y, dicho sea de paso, de la realización de uno mismo y de las aspiraciones más personales. Hemos ido pasando de un Estado benefactor a uno que está en relación con los grandes oligopolios que son provistos de asistencia (Harvey, 2007; Laval y Dardoy, 2013) y, como lo menciona Bedoya Hernández (2013), “el problema del bienestar se ha individualizado y privatizado. De esto emerge un sujeto que se hace cargo de todos los aspectos de su vida que antes era prerrogativa del Estado” (p.12).

Retomemos cómo la creatividad, más allá de plantearse como una exigencia de la sociedad donde se pudieran expresar todas las potencialidades humanas, se terminaría transformando en un proyecto político y económico que llevaría a una mayor demanda de autonomía, independencia y satisfacción creativa en el ámbito laboral (Luc Boltanski y Eve Chiapello, 2002). La nueva creatividad impuesta invoca nuevas formas de prácticas éticas que justifican la inmersión en los procesos capitalistas, tanto de manera individual, como de manera colectiva; es decir, bajo la

ideología de la creatividad que queda atrapada por las lógicas mercantiles, cada individuo tiene en sus manos el don del progreso. Es esto a lo que Boltanski y Chiapello (2002) llaman el nuevo espíritu del capitalismo, aquella ideología que justifica el compromiso con el desarrollo. Claro está, lo que se vislumbra es una necesidad de promover la creatividad en los individuos en pro de favorecer el desarrollo no sólo de los ellos mismos, sino, y, sobre todo, el desarrollo y sostenimiento del modelo productivo. Al respecto, debemos señalar la dificultad que se encuentra en equiparar el desarrollo humano con un desarrollo productivo, pero lo que aparece es la necesidad de infundir y promover la creatividad como aquel dispositivo capaz de lograr esta equiparación. En suma, la necesidad de contar con sujetos creativos es la necesidad de responder, mantener y legitimar una concepción de desarrollo y progreso hegemónica.

Claro está, el capitalismo sería incapaz de desarrollarse sin contar con las inclinaciones humanas a la acumulación y, mientras la crítica artista combatía cualquier tipo de convención que veía fundada en la moral y el respeto al orden establecido una opresión injustificada, creó a su vez un contexto ideológico particularmente favorable a todas las formas de dominio. En un momento en el que la consigna era la de inventar la vida cada día, en las empresas se optó por duplicar la creatividad y la capacidad inventiva de los trabajadores como nuevos dispositivos organizativos, como lo argumentan Boltanski y Chiapello (2002), la respuesta frente a la exigencia de autonomía en el trabajo no se basó en aumentar el nivel de control, sino, en orientarse hacia la satisfacción de las demandas de tinte libertario, lo que contribuyó a sustituir el control externo por el autocontrol (p. 623)

La incorporación de tales exigencias no sólo funda nuevas formas de organización de la sociedad, sino de conducción de la vida que se hace posible en la libre asociación entre creadores -comprendiendo a toda persona que puede potenciar sus capacidades- que están en la búsqueda de un proyecto común. Aunque hay una exigencia de emancipación y libertad que se sustenta en la crítica, esto se diferencia de un retorno al liberalismo donde el papel del Estado era central, ahora, se desarrollan maneras de vinculación que se basan en lo más cotidiano de las personas (*ibid*), aparecen formas creativas e innovadoras de vincular a la sociedad a partir de lo más personal y común, como lo es la creatividad.

Como ya sucediera en la década de 1960, uno de los principales atractivos de las propuestas formuladas en la década de 1990 es la promesa de una cierta liberación. El llamado a liberar la economía de las constricciones del Estado que se venía planteando un par de décadas atrás (Laval

y Dardot, 2013), empezaba a evidenciarse de manera muy clara en proyecciones institucionales que se planteaban apertura a las exigencias de liberación como salida para instaurar una nueva sociedad. Propuestas que se identifican, por ejemplo, en el informe de los «expertos patronales» de la OCDE en 1972³, recuperado por Boltanski y Chiapello (2002), donde se planteaba con insistencia la necesidad del desarrollo individual para hacer frente a las exigencias sociales. Se señalaba que el criterio utilizado para medir el éxito individual debería soportarse cada vez menos en la competencia técnica y se debía insistir cada vez más en la aptitud permanente para adquirir nuevas cualificaciones y para acometer nuevas tareas, así, la madurez social se expresaría a través de la imaginación creativa y no a través del dominio de un oficio secular.

Para la década de 1960 la empresa se encontraba en el centro del proyecto de sociedad, en ella estaba depositada, tanto la riqueza económica, como el bienestar humano. Según Boltanski y Chiapello (2002), esto se encuentra ligado a una respuesta a la crítica marxista y a la aspiración de que las empresas alejaran al mundo de los sistemas totalitarios: “La gestión empresarial se encuentra, por lo tanto, particularmente legitimada por cuanto aporta a la democracia” (p.136). La herramienta de las empresas para llevar a cabo esta gestión y control es el uso de criterios racionales. Ahora bien, con el correr de los años, se denunciaba que tal racionalización de las empresas había aniquilado lo más propio de lo humano, así, cada vez se evidenciaba más la inclinación a erradicar el proyecto que negaba todo en cuanto no fuese racional, formalizable y calculable, dando apertura a la exigencia de funcionamientos “más humanos”. Es decir, mientras en la década de 1960 se hacía hincapié a la razón y se negaba todo en cuanto no fuese calculable; ya para la década de 1990, los sentimientos, la emoción y la creatividad entran a escena como valores fundamentales del individuo que dan lugar a funcionamientos más «propios del ser humano». (Boltanski y Chiapello, 2002). La creatividad y la flexibilidad se vuelven las consignas orientadoras, tanto del mercado como de la vida.

En este nuevo universo del espíritu capitalista todo es posible. Se es dueño de sí mismo en la medida que se es dueño de lo producido por el propio trabajo. Desde esta perspectiva, la propiedad se encuentra disociada de la responsabilidad respecto al otro para pasar a ser definida

³ El ponente de este congreso fue el profesor R. W. Revans, consejero de la Fundación belga Industria/Universidad (OCDE, 1972). Este grupo lo conforman expertos patronales de diferentes países de Europa, Estado Unidos y Japón. El motivo del encuentro es debatir se originó a causa de lo que consideraban degradación que caracteriza actualmente el comportamiento de los trabajadores.

por completo como una responsabilidad respecto a uno mismo: “cada cual, en tanto que artífice de sí mismo, es responsable de su cuerpo, de su imagen, de su éxito y de su destino” (*ibid*, p. 234).

Las nuevas formas del capitalismo desarrolladas en el transcurso de los últimos años han incorporado y subordinado las exigencias de la crítica artística vaciando las exigencias de liberación y autenticidad de todo potencial crítico, la oposición entre intelectuales, hombres de negocios y entre artistas y burgueses (Chiapello, 1998). Por el contrario, se presencia una vulgarización de los valores de la creatividad, la libertad y la autenticidad, sobre los que descansaba la distinción del modo de vida artista cuando todavía podía presumir de un componente diferenciador. Para Boltanski y Chialpello (2002), el desprecio de las formas culturales consideradas poco legítimas que tenía apertura en la década de 1970 y se acentuaba en la década de 1980 se expresaba en la burla de las aspiraciones que hoy son tan extendidas de «realizarse en el trabajo», «hacer algo interesante», «expresarse», «ser uno mismo», «innovar» (p.528). Ahora bien, todo esto se ha expresado como un aumento del nivel de responsabilidad, de capacidad de respuesta y de actuar de manera autónoma y creativa.

Como hemos visto, el capitalismo saldría triunfante de las fuertes exigencias que se planteaban en los años de 1960. A partir de la pérdida de autenticidad y la estandarización que llevaba a una pérdida de la diferencia, no sólo entre los objetos, sino entre los seres humanos, hay una vinculación directa entre la producción masificada con la masificación de los seres humanos, en este punto podemos vislumbrar como la creatividad termina siendo un anclaje muy estratégico tanto para el modo de producción capitalismo como para la forma de gobierno y modo de vida neoliberal. Tal temática es desarrollada por T. W. Adorno y M. Horkheimer en *Dialéctica de la ilustración* (2006). En esta obra denuncian con un enfático tono marxista la condición moderna sustentada en el proyecto ilustrado que, a partir de la estandarización y la masificación, presenta una dominación total de la existencia que destruye toda diferencia y funde al individuo en la masa. Estos planteamientos conducen a la total identificación del individuo con respecto a lo general en la «industria cultural». Marcuse (1968), también referente de la teoría crítica, aborda como en torno a mayo de 1968 se presenta la denuncia a la inautenticidad del mundo a partir de la crítica de la sociedad de consumo reflejada en la producción en serie, la producción en masa y la opinión estandarizada que se terminaría reflejando en lo que el autor llamó el hombre de la «civilización industrial avanzada», aquel que se encuentra incapacitado y sometido por las necesidades de otros. Al respecto, nos interesa empezar a vislumbrar la relación que se puede trazar entre el

aniquilamiento de la individualidad por el modo de producción y el desencantamiento del mundo, allí pueden converger tanto la crítica social como la crítica artística hacia el capitalismo. Sin embargo, la forma cómo el arte ha sido capturada de forma económica e industrial y las consecuencias que puede tener esto para la conducción de la vida lo desarrollamos con mayor amplitud en el capítulo 3 de este trabajo.

3. Surgimiento de las Industrias Creativas

En la actualidad, el concepto de industrias culturales hace referencia a un grupo de sectores de producción cultural atado a patrones económicos, como sucede con la Economía Naranja. Sin embargo, si nos remontamos al origen del concepto de *industrias culturales* encontraremos sus raíces en la filosofía crítica de los años cuarenta y podremos vislumbrar la manera como el arte y la cultura han sido insertados como motores de desarrollo económico.

Recuperar algunas nociones y posiciones teóricas sobre la transformación y usos del arte y la cultura en una sociedad mercantil posibilita comprender cómo la economía y la cultura han pasado a ser concebidas como una amalgama. Para esto, se inicia recuperando la reflexión realizada por Walter Benjamin (2003), sobre la obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica, luego, se retoman algunos planteamientos de Adorno y Horkheimer (1998) quienes dan cuenta del uso instrumental de la cultura, seguido, se hará más evidente la pérdida de diferenciación entre economía y cultura. Sumergirnos en estos planteamientos de manera somera permite prepararnos en la comprensión y derivación del concepto usado en la actualidad, las *industrias creativas* y la economía naranja como un ejemplo de la manera cómo estos discursos reducen la cultura y creatividad a la voracidad del mercado y se entrelazan con el gobierno.

3.1. El valor de la obra de arte en la época de la reproductibilidad

Como punto de partida, podríamos pensar el arte como aquella expresión y recreación de modos de vida que se registran desde la prehistoria; o como la manifestación de un mundo ideal a partir de una búsqueda estética de la belleza, como la concebían los griegos; o asociarla con la divinidad en la edad media, sobre todo en relación con Dios; o la orientación del arte hacia fines práctico-mágicos al servicio del culto. Sin embargo, no es nuestro interés profundizar en cada una de las formas y concepciones históricas del arte en este punto, sino situar aquella ruptura en la cual el arte se enfrenta con un proceso de secularización y pérdida de “valor ritual”, para ingresar de manera protagónica en la sociedad mercantil a partir de la reproductibilidad técnica y cómo esto puede fundar un nuevo valor en el arte, ahora vinculado con lo político.

Dicho esto, profundizamos en el estudio de la dialéctica del desarrollo del arte bajo las condiciones de producción de la época realizado por Walter Benjamin en el texto *La obra de arte*

en la época de su reproductibilidad técnica (2003), el cual resulta siendo un abordaje, no sólo de la relación entre la economía y el arte, sino, y fundamentalmente, de la superestructura, es decir, de las ideas que condicionan la conciencia de los individuos. A partir de conceptos como “aura”, “valor ritual” y “valor de exhibición”, el autor busca formular exigencias revolucionarias en la política del arte que sean inutilizables para una *estetización de la política*. Ya en el prólogo del libro, Benjamin nos alerta sobre usar palabras como “creatividad” y “genialidad” que han sido empleadas de manera acrítica y han terminado por funcionar como material empírico con fines fascistas. Es decir, para legitimar acciones de borramiento del otro.

En la época de la reproductibilidad técnica, podemos sentenciar que es posible para el receptor o espectador acercarse a una obra que antes era inalcanzable. La obra abandona su espacio y tiempo (*su aquí y ahora*) para ser recibida en la cercanía del receptor. Esto es una experiencia nueva con efectos ambivalentes en la lectura de Benjamin. Es decir, aunque logramos la cercanía, su carácter “aurático” se pierde en el momento que es desprendida del espacio y tiempo en el que se ha concebido. Dicho esto, Benjamin parece hacer un análisis histórico que no carga de contenido moralista o, incluso, melancólico. Es claro que muchas obras han sido creadas para fines rituales o ceremoniales donde no importaba que fuesen vistas, sino que cumplieran una función. Es más, les llamamos obras de arte en un momento posterior de la historia, cuando, a lo mejor, eran concebidas como instrumentos con una función muy específica. Ahora bien, la secularización que han tenido las obras de arte por fuera de su valor ritual aumenta la oportunidad de que sean exhibidas. Es más, se vuelve común que el arte sea encargado o predestinado bajo la finalidad de ser exhibido o que otras personas se puedan acercar.

Ahora bien, cuando en la época de la reproductibilidad el peso recae sobre el valor de exhibición de las obras, estas son dotadas de la función artística. Al respecto, Benjamin (2003) recupera de su amigo Bertolt Brecht la consideración que cuestiona el hecho de mantener el concepto de obra de arte para aquella cosa que aparece cuando una obra de arte es convertida en mercancía, y, aunque el autor no se atreve a dar una denominación, podríamos pensar que aquí emerge la característica crucial de los *productos culturales*. Evidentemente el destino cambia, Benjamin menciona que la obra de arte es librada de la existencia parasitaria dentro del ritual y “(...) se vuelve en medida creciente la reproducción de la obra de arte compuesta en torno a su reproductibilidad” (p. 51).

No obstante, lo que muestra Benjamin es que esta segunda técnica característica de la reproducción busca liberar al hombre de toda sumisión al trabajo, viendo el individuo ampliar su campo de acción. El primer esbozo de una experiencia individual y de esta segunda técnica tiene lugar en el juego. Según el autor: “Esta experiencia es entonces la que, en un proceso milenar, lleva a la desaparición de la idea, y tal vez también de la realidad.” (Benjamin, 2003, p.118). Verbigracia, Benjamin encuentra en el utópico Chalers Fourier que el juego es presentado como un canon de trabajo no explotado, que no se dirige a producir valor sino a una naturaleza mejorada. Ahora, aunque Benjamin aseguraba que la segunda técnica no había alcanzado sus primeras conquistas revolucionarias para la época, es el ser humano emancipado gracias a la liquidación de la primera técnica el que expresa sus exigencias.

Ahora bien, con esto es posible expresar la fuerza transformadora que encuentra el espectador en la segunda técnica. Es presentada como una utopía en la que la función política del arte tiene consecuencias. Sin embargo, Benjamin también abordaba los peligros de la técnica, sobre todo en el cine que no había logrado captar todas sus posibilidades y se había limitado a ser una copia estéril del mundo exterior, un obstáculo para la utopía, además, el intérprete de cine se auto-enajena con el fin de hacer disfrutar a la masa, los mismos que llenan el cine en la noche esperando que el intérprete tome venganza por ellos, para Benjamin, esto es vivir la propia aniquilación como un goce estético.

La lectura que hace el autor entre el arte y la política parte de la comprensión de las relaciones sociales condicionadas por las relaciones de producción, particularmente el autor aborda “las tendencias del desarrollo del arte bajo las actuales condiciones de producción” (Benjamin, 2003, p. 37). Como vemos, cuando Benjamin aborda el problema desde una visión Marxista, no se aloja en una visión melancólica ante las tendencias hacia la reproductibilidad y sus efectos en la esfera social. Sus premisas apuntan a la transformación en la política del arte (Szpilbar y Saferstein, 2014, p. 101).

Esta lectura nos permite comprender la manera como el arte se vuelve un eslabón fundamental del proceso productivo, algo que para nuestro trabajo cobra suma importancia. Un argumento esencial para comprender esta transformación se da con el abordaje de la pérdida del *aura* que caracterizaba a las obras de arte auténticas que se da como consecuencia del avance de la técnica. El aura es aquella característica que lleva a la obra de arte a un lugar autónomo, místico, que no se cruza y está más allá del mercado y las masas, ya que es netamente arte burgués, “en la

obra de arte aurática el espectador se encuentra, de alguna manera, disminuido ante la imposibilidad de hacer suyo el objeto de contemplación que se alza frente a él como algo del orden de lo inalcanzable” (Radetich, 2012, p. 18). La autenticidad de la obra se encuentra en relación con el “*aquí y ahora*” que la aleja de la posibilidad de reproducción (Benjamin, 2003, p. 47), es el contenido de verdad que porta toda obra, transmisible desde su duración material hasta su documentación histórica. Este contenido de verdad conforma el aura, definido como la manifestación irrepetible de una lejanía vinculada a la obra, por más cercana que ésta pudiera estar. El aura es la característica principal que tiene la obra de arte tradicional burguesa. La dota de la necesidad de una contemplación lejana, teológica, que eleva la obra de arte a un lugar autónomo, ajeno al intercambio en el mercado y ajeno a las masas, que no tendrían lugar en el arte. Según Benjamin (2003) el aura es: “Un entretejido muy especial de espacio y tiempo: aparecimiento único de una lejanía por más cercana que pueda estar” (p.47). Así, la reproducción técnica rompe con esta tradición y lejanía y le pone fin a este hechizo fetichista. Multiplica las obras de arte al borrar las huellas del original y, al mismo tiempo, las acerca al público que cambia su experiencia con la obra por la de un consumidor de esta.

Precisamente, la época de la reproducción técnica que envuelve la obra de arte rompe con la característica aurática; multiplica las obras, borra el rastro de la original y las lleva a todo público, quienes pasan de ser espectadores de una obra a ser consumidores y quererla poseer. He aquí donde aparece la posibilidad de apropiación y acceso al arte del público y la ruptura de la tradición a partir de la liquidación del carácter aurático (Szpilbarg y Saferstein, 2014). Es tal transición, a la que alude Benjamin como el paso de la obra de arte aurática a la obra de arte profana, el tránsito del valor ritual y de culto al valor de exhibición, algo que responde a dos circunstancias particulares: “el surgimiento de las masas y la intensidad creciente de sus movimientos” (Benjamin, 2003, p. 47). En el valor de exhibición característico de esta época se nota una inclinación hacia la posesión y proximidad del objeto, incluso si es una copia de tal, algo que difiere de la obra aurática, donde se tenía certeza de lo inalcanzable de una obra u objeto sagrado.

Benjamin se pregunta por la labor del actor de cine en la época de la reproductibilidad como arte paradigmático. A diferencia el actor de teatro, la visualización del actor de cine está mediada por un aparato técnico que transforma la manera de recepción de la obra en la experiencia de percepción, por ende, quienes visualizan la cinta tendrán múltiples puntos de vista y el actor no podrá adaptarse al público, como lo puede hacer en el teatro. Además, en la presentación de la cinta

cinematográfica hay reproductibilidad masiva que genera un efecto de *shock* que sitúa al público en el lugar de examinador y donde se puede evidenciar una refundación del arte a partir de una crítica política que cumpla una función social en las masas, las hace conscientes del lugar que ocupan en el proceso de producción. Dicho esto, Benjamin veía en el arte, y en especial en la obra cinematográfica, la posibilidad de incidir en ese proceso de toma de conciencia (Radetich, 2012, p. 21), sin embargo, comprendía que para su época era una posibilidad que no se había realizado. Además, al evidenciar cómo los actores ingresan en la lógica capitalista que los convertía en estrellas mercantilizadas, veía truncada tal posibilidad. Así, se presenta ambivalencia entre progreso, modernidad y abandono de la tradición que llevan a Benjamin a sostener el valor de lo antiguo y a criticar la fe ciega en el progreso (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

Es importante comprender la manera como Benjamin (2003) presenta la aniquilación del aura más allá del arte y la sitúa en la práctica política. Por ejemplo, los gobernantes se presentan al público a partir de un aparato técnico que transforma y reconfigura totalmente la experiencia del público, en términos de Benjamin (2003), se presentan despojados de toda capacidad aurática, e incluso, es posible poner en duda la legitimidad y originalidad del discurso.

Actualmente, nuestra experiencia cultural y artística está motivada en gran medida por la posesión y acumulación, pero lo que se evidencia es la motivación por la creación de vínculos comerciales y nuevos mercados (Navas Fernández, 2009); sin embargo, no se puede reducir sólo al ámbito económico, la transformación de la sensibilidad de los seres humanos en la experiencia con las reproducciones cambia, el papel social y político de las obras difiere, e, incluso, la construcción de subjetividades a partir de las obras y su reproducción toma otra dirección. Benjamin (2003) menciona que la característica de la técnica moderna lleva a “la interacción concertada entre la naturaleza y la humanidad” (p. 56), donde la posibilidad de excluir la voluntad de dominio sobre la naturaleza y transformar, por ejemplo, las condiciones de explotación laboral que adquiere la sociedad capitalista.

Cuando el arte y la cultura hacen parte de procesos económicos, como es promovido por formas institucionales y gubernamentales, nos topamos con que los productores y artistas comercializan y reproducen sus obras, empiezan a identificarse más para el uso estratégico del capitalismo con la figura de vendedores o comerciantes que ayudan en el sostenimiento del mercado; sin embargo, el interés por la transformación real de las condiciones de los productores y artistas continúa siendo marginal y quienes se terminan enriqueciendo son los dueños del capital.

Varias décadas después vemos que el arte y la cultura son concebidas como elementos determinantes en el crecimiento económico de las naciones y podemos ver acentuado el valor de exhibición que tiene el arte, la cultura y la pérdida de su capacidad aurática fundada en la tradición. En gran medida la reproducción técnica masificada ha llevado a pensar el arte y la cultura en relación con productos culturales y procesos económicos. Las obras de arte ya no están confinadas a un espacio físico específico o a una audiencia privilegiada, sino que se pueden compartir, replicar y experimentar en diferentes plataformas y medios. Este cambio ha alterado nuestra percepción de la autenticidad y la originalidad, desafiando la idea de que el valor de una obra de arte radica únicamente en su singularidad. Ahora bien, la cuestión de la creatividad parece más compleja en la medida que no se refiere sólo a la producción o la obra externa al sujeto, la creatividad también es comprendida como una capacidad o, acaso, como una totalidad que no separa necesariamente a la obra de su productor, artista o creador. En este sentido, la forma de concebir la creatividad en la actualidad nos debe llevar a hacer el análisis sobre los mismos productores y creadores que, ante todo, operan desde el principio social y, posteriormente muy neoliberal de la libertad.

Dicho esto, consideramos que la creatividad es la expresión de la reproductibilidad al infinito, sin embargo, esto lejos de ser una labor que permite una suerte de democratización, lo encontramos como una reproducción de un tipo de subjetividad particular emparentada con los principios neoliberales. Allí donde la creatividad ha impregnado todos los intersticios de la existencia, se torna como un principio regulador de la conducta. Claro está, con esto no nos estamos refiriendo exclusivamente al sector cultural, artístico o creativo; si algo a logrado la expansión y reproductibilidad al infinito de la creatividad es que se presenta sumamente importante para el trabajo y para la vida en su totalidad.

3.2. Las industrias culturales en el capitalismo

Teniendo como punto de partida la dialéctica Hegeliana y la crítica materialista de Marx, Adorno y Horkheimer publicaron en 1944 un texto referente de la teoría crítica de la sociedad, *dialéctica de la ilustración*. A lo largo del texto los autores pondrán en cuestión la razón ilustrada mostrando como tal promesa de libertad y emancipación de los hombres de su dominio de la naturaleza termina por convertirlos en sujetos presos de ese dominio. En la época de la Industria Cultural y los avances tecnológicos, las masas se hallan sometidas a un poder totalizador del

capital, lo que lleva a que desaparezca así el lugar para la individuación que prometía el liberalismo y la modernidad ilustrada (Szpilbarg y Saferstein, 2014), la teoría apunta a una “...crítica inmanente del modo socialmente necesario de producción de formas de razón, de percepción y sensibilidad en el capitalismo tardío y en su forma social, que es la sociedad administrada” (Cohn, G. 2007, p. 229), tendrán un rol determinante la “estandarización” y la racionalización de las técnicas de distribución para ser una industria que asimile las lógicas de organización del trabajo.

Adorno y Horkheimer (2006) plantean una visión pesimista de la industria cultural, la cual remite a una obediencia a la jerarquía social que abarca la esfera de una subjetividad basada en el dominio, el poder y la alienación; asemejan el funcionamiento que toma la industria cultural al de cualquier empresa capitalista. En este sentido, argumentan la apropiación instrumental que se hace de este concepto que denota puros intereses en beneficio del capital y la adaptación al sistema. La reproducción y el avance del capitalismo llevó a hacer uso de la cultura como una idea totalizante que funcionó como ideología de la ilustración. Lo que quieren poner en evidencia los autores es que el arte aparece en el capitalismo de su época como parte de la industria, integrando e identificando totalmente la industria cultural con la extrema racionalización de la sociedad capitalista y el modelo fascista (Szpilbarg y Saferstein, 2014, p. 103). Para estos autores, los productos de la industria niegan e impiden cualquier tipo de capacidad creativa o cualquier otro tipo de pensar activo por parte del espectador. Incluso, plantean que de antemano la industria cultural tiene el control de aquello que el productor cree que presenta de manera innovadora y, en realidad, la cultura, en lugar de ser una expresión auténtica de la creatividad, se ha convertido en un medio de control y manipulación por parte de las fuerzas capitalistas.

Diferiendo de Benjamin, Adorno y Horkheimer postulan que “la racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma”. (2006, p.166). Es decir, hay una obediencia a la jerarquía social y una manipulación de los individuos y sus necesidades que aparecen en la industria cultural, pero que son producidas por la misma lógica del capital. Recordemos que en Benjamin, la reproductibilidad técnica tenía un carácter social y político a favor del acceso a las obras que nos podría llevar a pensar en una suerte de resistencia, por el contrario, Adorno y Horkheimer encuentran que la industria cultural no sólo convierte al arte y la cultura en mercancía, sino que ya es producida como tal. El individuo se relaciona con el arte como un consumidor donde desaparece el valor de uso de las obras y sólo importa la reproducción del sistema económico que se soporta en la explotación y dominación. La

función que ven Adorno y Horkheimer en el cine es atrofiar la imaginación a partir de la presentación de la realidad misma como una prolongación de la vida cotidiana, algo que impide a los espectadores salir de la lógica de jerarquía social (Szpilbarg y Saferstein, 2014, p. 103).

Si la industria cultural se torna como ideología “... las masas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza” (Adorno y Horkheimer, 1998, p. 178), he aquí una manipulación sobre los individuos que se basa en las necesidades que impone la industria cultural que obedecen a la lógica del capital. Es muy interesante como la industria cultural se presenta o se “vende” como una salida de la lógica del proceso de trabajo bajo la figura de ocio o diversión, sin embargo, la reflexión que nos llevan a hacer los autores nos muestra cómo sobre esta aparente libertad y disfrute, en realidad, el individuo termina esclavizado como un consumidor que gira alrededor y sostiene el sistema económico.

Ahora bien, con Adorno y Horkheimer quisiéramos plantear de manera crítica como el arte y la cultura, hasta nuestros días, pueden ser concebidas como aquellas actividades que se realizan motivadas por la pasión, por la particularidad individual, como dice Lipovetsky (2016), las actividades creativas son buscadas por los ciudadanos para ser valorados ante sus propios ojos y los de los demás, sin embargo, vemos que es una industria que se organiza a favor de mantener el sistema económico y, más bien, mantiene la dominación y explotación.

Nuestro interés no está en profundizar las diferencias entre los planteamientos de Benjamin y Adorno y Horkheimer, la intención es evidenciar cómo ambas posturas siguen siendo fundamentales para pensar el uso del arte y la cultura en nuestros días y cómo son la base para pensar el surgimiento de lo que hoy se denomina industrias creativas. El planteamiento pretende poner en evidencia la manera como el arte y la cultura, al ser absorbidas por intereses económicos y al funcionar al servicio del estado, determina y direcciona modos de vida particulares. Esto se da con el soporte de múltiples discursos de saber y poder que tienen consecuencias para el individuo y la sociedad. Al recuperar estos planteamientos, vemos cómo el individuo puede quedar atrapado en la ideología de la industria cultural, volverse un mero reproductor, un comerciante o, incluso, un empresario del arte y la cultura que pierde la característica transformadora, social y relega la actividad del sujeto.

Ahora bien, si bien diferentes plataformas digitales han democratizado la creación y distribución de contenido, también han generado preocupaciones en torno a la homogeneización y

la manipulación de las audiencias a través de algoritmos y estrategias de marketing. Las decisiones sobre qué contenido se promociona y se vuelve viral a menudo están influenciadas por objetivos comerciales y de rentabilidad. Adorno y Horkheimer sostienen que estas estructuras de poder dentro de las industrias culturales resultan en la estandarización de los gustos y la limitación de la verdadera creatividad, donde la producción cultural se ajusta a fórmulas comerciales preestablecidas para maximizar el beneficio económico.

Ahora bien, aunque hoy en día también existen movimientos que desafían estas estructuras. La expansión de espacios alternativos, la promoción de la diversidad cultural, el apoyo a artistas independientes y la demanda de contenidos más auténticos y diversos evidencian una lucha contra la uniformidad impuesta por las grandes corporaciones. Es crucial señalar que nuestro interés es poner en evidencia una homogeneización que se presenta de la subjetividad que se puede soportar en la creatividad. Más allá que los productos de la industria cultural sean de un nivel de reproductibilidad, a lo mejor inimaginable para Benjamin, Adorno y Horkheimer; la reproductibilidad de una subjetividad creativa que se basa en la actividad y libertad de los individuos y de la cual pareciese que no se pueden desprender en ningún espacio ni tiempo, es la configuración subjetiva alimentada por relaciones de saber y poder que esta investigación persigue.

Es evidente que en la actualidad no podemos trasladar los mismos planteamientos de manera indiscriminada, presenciamos un momento histórico caracterizado por la era digital que transforma de manera crucial las formas técnicas y reproductivas del arte y la cultura. Acudimos a una era donde más que hablar de industrias culturales, es reiterativa la idea de industrias creativas. Ahora bien, resaltamos que el modo de producción capitalista descrito por Benjamin, Adorno y Horkheimer sigue imperando y sus planteamientos siguen siendo una antesala y base conceptual fuerte para pensar como el arte, la cultura y la creatividad se presentan y soportar por discursos de saber y poder, ante todo, como productos económicos, de rendimientos y de dominación. Claro está, el concepto de industria cultural no se ha mantenido estático, ha mutado hacia el de industrias culturales y, recientemente, hacia el de industrias creativas, ambos mostrando una visión instrumental y emparentada entre la economía y la cultura.

3.3. Amalgama entre economía, arte y cultura: La industria cultural hoy

No pretendemos poner al arte y la cultura en el mismo nivel conceptual, es más, consideramos que uno de los problemas de las industrias culturales y creativas de hoy es concebir todas las expresiones del arte y la cultura de la misma manera. Sin embargo, pretendemos mostrar que, tanto el arte como la cultura, han sido puestos al servicio del estado y el sistema económico. Según Lipovetsky (2004, 2015, 2016), los valores del arte y la economía no siempre ocuparon la misma sala. El arte en el siglo XIX era pura, desinteresada y no comercial, mientras que el comercio se basaba en el negocio y la búsqueda de dinero. Por otro lado, Caballero (2019) plantea que la cultura siempre ha estado al servicio del estado y la religión como instrumento del poder (p. 15). Desde Pericles, quien en el siglo V antes de cristo inventó la política cultural para promover y dirigir el Estado según sus propios intereses; pasando por Luis XIV, fundador de las academias que regularan las artes, la poesía y la lengua; Stalin y la imposición del realismo socialista revolucionario como arte oficial de la Unión Soviética; Hitler y la importancia de su ministro para la ilustración pública y propaganda, Joseph Goebbels, en la masificación del nacionalsocialismo; hasta la economía naranja de Iván Duque que reduce la cultura en una industria productora de bienes de consumo que favorezcan el desarrollo.

Retornando al arte, el capitalismo la veía como una suerte de decoración o accesorio que no despertaba mucho interés. Para evidenciar esto, podemos recuperar algunos planteamientos de Lipovetsky y Roux (2004) en el texto, *El lujo eterno*. Allí muestran cómo el lujo tenía una función ritual y mística en las comunidades, había una clara diferencia entre el intercambio económico y el intercambio noble que estaba sustentado por códigos precisos, obligaciones, ceremonias y ritos mágicos que se entregaban como una dádiva desinteresada y no como una operación comercial, aquellos objetos y prácticas que se consideraban lujosos, preciados y sumamente importantes para una comunidad, cumplían una función de cohesión social; por su parte, cuando pensamos en un objeto o práctica con estas características en el mundo contemporáneo se suele relacionar con su alto valor económico. Ahora bien, esta función de respuesta a la totalidad de la vida la cumplían las danzas, cantos, máscaras, esculturas, peinados y demás; donde, más allá de ser admirados por su belleza o atributos estéticos, otorgaba poderes prácticos a las comunidades para curar enfermos, celebrar la vida, provocar la naturaleza o establecer alianzas con los muertos (Lipovetsky, 2015, p. 12).

El paso que dio el individuo hacía la acumulación y posesión supuso todo un nuevo relacionamiento consigo mismo y con los otros. En el intercambio simbólico que no estaba mediado por lo económico había primacía de lo social. Como lo menciona Lipovetsky (2004)

Dar y recibir generosamente supone la manera de subordinar el elemento individual al conjunto global, de determinar por anticipado las maneras de comportarse con respecto a los demás, asegurando la predominancia de las relaciones entre los hombres sobre las relaciones de los hombres con las cosas. (p. 25)

Tal fue la forma de relacionarse de las sociedades primitivas, donde lo común contrarrestaba los deseos de posesión y acumulación de riqueza. También en las sociedades indígenas sucedía un fenómeno similar, la dádiva tenía características rituales y mágicas, incluso, los bienes más preciados y preciosos no eran considerados como bienes para el intercambio económico. La distribución en exceso, celebrar fiestas y dar regalos desmedidos, ofrecer hospitalidad era dar una invitación al extranjero y transformarlo en amigo, sustituir la hostilidad por la alianza y las armas por la reciprocidad (Lipovetsky, 2004, p. 28). Tales distribuciones no son del orden económico, se provoca el vínculo social al instituir reconocimiento del otro donde se le hace partícipe de la propia comunidad.

En la sociedad contemporánea, presenciamos formas diferentes de concebir el arte y la cultura. Es claro que los artistas se han desvinculado progresivamente de los mandatos de la iglesia, de la aristocracia, de la burguesía; se impone un estado de autonomía que exalta sus propios valores y principios de legitimidad y soberanía. Esto permite que los artistas se apropien de los elementos de la realidad de manera estética, todo es susceptible de ser estetizado y la fuerza del desarrollo de la técnica es fundamental para esto. Ahora bien, la autonomía de los y las artistas, de los y las gestores de cultura se siguen mostrando en la dependencia económica respecto a las leyes del mercado que operan de manera dominante. Podríamos decir que asistimos a la hibridación del mundo del arte y del mundo económico, esferas que antes estaban separadas.

Andy Warhol, artista reconocido como uno de los precursores del *Pop Art* en los años sesenta nos sirve para ejemplificar y personificar la cuestión, escribió la siguiente frase: «*I am a business artist*» (soy un artista comercial). A partir de entonces, algo se hace más evidente; la vanguardia, a la que pertenecen Warhol y el *Pop Art*, ya no son un mundo separado del dinero,

sino que lo reivindicar y lo afirman. Warhol defendía que la labor del artista es hacer negocios y que el negocio es arte. Se trata de un desarreglo, de algo totalmente nuevo que construye un mundo bastante interesante. Estas son algunas de las tesis desarrolladas por Lipovetsky en su texto *La estetización del mundo* (2015).

En concordancia con Benjamin, Lipovetsky (2015) plantea un estado de reivindicación propio del arte y un “arte comercial” que responde a las demandas del mercado, por ejemplo, adaptarse a las demandas del público y ofrecer productos de obsolescencia rápida. La oposición planteada en la edad moderna entre un arte que trata de escapar de la lógica mercantil y un “arte comercial” acentúa dos modos de producción y circulación particulares en occidente (Lipovetsky, 2015, p.16). Tal configuración trae consigo algo que ya habían denunciado Adorno y Horkheimer (1998); la promesa que mediante la educación estética y el arte se podría alcanzar la libertad, la razón y el bien al situar al arte por encima de la sociedad y dotándola de las verdades que no alcanzaba la ciencia ni la filosofía. Sin desconocer el rol fundamental que ha tenido el “arte puro” en la estetización de la modernidad y en la configuración de la sociedad, el autor resalta que son las industrias culturales y comerciantes nacies las que han posibilitado en mayor medida la estetización en masa de la modernidad y su expansión. Según Lipovetsky:

Con el advenimiento de las artes de masas y de las estéticas comerciales que se ejemplifican en el cine, la fotografía, la publicidad, la música grabada, el diseño, los grandes almacenes, la moda, los cosméticos, se desencadena por primera vez una dinámica de producción y de consumo estético a escala mayoritaria. (2015, p. 20)

El avance técnico, sobre todo la TV y la radio, fue determinante para la transmisión de acontecimientos que marcaron el siglo y que serían cruciales para la cultura en una nueva forma de industrialización, distribución y consumo (Szpilbarg y Saferstein, 2014, p. 105). Autores como Bustamante (2009) y Carrasco y Saperas (2011) señalan que la institucionalización del concepto de industrias culturales se remonta a la modificación del paradigma de la comunicación que comenzó en la segunda mitad del siglo XX. Tales avances fortalecieron y pusieron en evidencia el vínculo de la cultura, no sólo con el sistema de producción, sino con los Estados.

En esta vía, Lipovetsky postula una nueva era para el arte, la *era transestética* basada en el capitalismo artístico. Cómo lo vimos, el arte, sobre todo los movimientos vanguardistas, se integran

en el orden económico y son aceptados, solicitados y sostenidos por instituciones oficiales (Lipovetsky, 2015, p. 20). Así, el arte se vuelve ideología, se institucionaliza y se inmiscuye en la vida corriente de los individuos, se presenta como una necesidad vital para “liberar” a los individuos y penetra en todos los intersticios del comercio, la industria y la vida. Si antes el arte respondía a la representación de los dioses y príncipes, luego a un soporte para el modo de producción, ahora lo que vemos es un arte que orienta la vida misma de las personas. Así, seguimos evidenciando una instrumentalización del arte a favor del modo de producción, la instauración, la legitimación del gobierno y, sin duda, la configuración de subjetividades particulares. La actual fase de estetización del mundo se rige, según Lipovetsky (2015) por la reivindicación de la oposición entre arte e industria, cultura y comercio, creación y entretenimiento; todas esferas cruciales determinadas por las lógicas comerciales y la individuación extrema que pueden quedar atrapadas en lo que se denomina hoy como industrias creativas. Es más, y pretendemos ponerlo en evidencia, el uso, la transformación e instrumentalización del arte y la cultura termina triunfando como un discurso y dispositivo nutrido por múltiples saberes que se tornan sumamente útiles para el gobierno contemporáneo en la configuración de cierto tipo de subjetividad.

Pensar esta amalgama o hibridación entre economía, arte y cultura soportada por el capitalismo artístico no se satisface en su inmersión institucional o en su contribución a la lógica de producción. La estetización del mercado de consumo arroja y crea modas a gran escala, así, “el proceso de estetización hipermoderna desborda las esferas de la producción, ha conquistado el consumo, las aspiraciones, los modos de vida, la relación con el cuerpo, la imagen del mundo” (Lipovetsky, 2015, p. 21). Verbigracia las emociones, sueños y deseos pueden terminar siendo cooptadas para funcionar como estrategia mercadotécnica. A lo que acudimos es a la infiltración del arte y la cultura en la vida cotidiana con fines comerciales en la industria de consumo, se propicia una sociedad e individuo estético marcado por el individualismo.

Presenciamos un momento estratégico en la manera como el arte y la cultura hacen parte del proceso mercantil, y cuando decimos estratégico nos referimos a que cambian y orientan la vida de cierta manera. Por ejemplo, ciertos términos y palabras para denominar oficios y prácticas cambian, en general, cómo dice Lipovetsky (2015), el mundo se *estetiza* o *artistiza*; los cocineros ahora se llaman creadores culinarios, los comunicadores y publicistas ahora son creadores de contenido e, incluso, los empresarios son «artistas visionarios», los medios de comunicación y las industrias de la cultura pasan a ser considerados como actores y gestores culturales. Al respecto,

no consideramos que sea un cambio de palabras y denominaciones ingenuo, la constante asociación y llamado a la creación, la creatividad e invención se vuelven recurrentes y consideramos que tienen una función que va más allá de vincular al artista o hacedor de cultura con el mercado.

Estamos rodeados de una gran oferta de imágenes, videos, películas, experiencias culinarias, bares, centros de turismo y demás, con la posibilidad de ser consumidor de manera inmediata, a un “*click*”; además, se presentan cómo accesibles a todos sin importar la clase social. El consumidor de este contenido es ávido de experiencias, se encuentra persiguiendo lo desechable, lo efímero, lo de consumo inmediato. No se trata de introducir el arte y la cultura en el mercado y estetizar el proceso de producción, es la estetización de la vida misma, el reinventarse a sí mismo, dotarse de experiencias que encaminan hacia la reafirmación de la propia identidad y la consecución de un estado ideal, que bien podría estar soportado por ciertos discursos científicos que orientan hacia la felicidad, la autorrealización o un estado de *flow* o equilibrio. Según Lipovetsky (2015) “se ha dado un paso hacia un ideal estético de la vida que busca sensaciones inmediatas, experiencias novedosas para satisfacer los sentidos, la búsqueda de la diversión, la calidad de vida, la invención y la autorrealización” (p.23). Llevar una vida personal estetizada, es el ideal más compartido en nuestra época que refleja la expresión y el auge del hiperindividualismo contemporáneo. (Lipovetsky, 2015, p. 23). En esta vía, el interés de nuestro trabajo no se sitúa en realizar un análisis estético, en cuanto empobrecimiento, decadencia o transformación de los valores del arte y la cultura, más bien, es pensar el uso e instrumentalización del arte y la cultura para soportar un modelo económico que produce cierta subjetividad.

Finalmente, vemos que el desplazamiento descrito por Benjamin (2003) del valor de culto al valor de exhibición de la obra de arte se hace más evidente en la actualidad. Mientras que en el valor de culto las obras permanecen en lo oculto y no se crean para que sean vistas, ahora, el peso recae sobre el valor que tienen las obras de ser exhibidas y tener una capacidad insaciable de variar y reproducirse (p. 56). De igual modo, Lipovetsky (2015) plantea como con el auge del consumo, el hombre está desposeído de puntos de referencia de la propia cultura, lo que presenciamos es un consumo estético y turístico del mundo que denotan una estetización de la percepción, una suerte de fetichismo o voyeurismo estético. Caballero (2019) recupera como Burckhardt explicaba en el siglo XIX que, dentro de la triada entre Estado, religión y cultura, el papel de la última era criticar a las otras dos. Un rol que ha sido peligroso, como cuando los artistas del futurismo ruso fueron expulsados a campos de trabajo forzado a Siberia por exigir la separación del arte y el estado; o el

mismo Sócrates que fue obligado a beber la cicuta por ser un insaciable crítico de la Atenas de Pericles. El panorama actual mantiene una lógica similar. La comprensión de la dinámica del arte, la cultura y la economía nos lleva a una idea que se ha alejado de la crítica y se ha formalizado a nivel institucional, las *industrias creativas*.

3.4. Industrias culturales: el arte y la cultura al servicio del Estado

En la actualidad, el concepto de industria cultural parece no ir muchos más lejos de su uso para introducir textos que abordan las industrias culturales y creativas, da la impresión de que ya no se usa de manera crítica para analizar las lógicas del sistema de producción, sino, que es retomado como un momento histórico y anecdótico. Rastreando el término de industria cultural hasta nuestros días, nos topamos con que ha sido un punto de partida para pensar, primero, las industrias culturales y, en los últimos años, las industrias creativas. En este apartado, nos detendremos en pensar las industrias culturales y cómo la pluralidad del término, más que expresar un carácter inclusivo, denota un uso instrumental al servicio del desarrollo de los estados.

Evidentemente, los cambios que ha tenido la sociedad en las últimas cuatro décadas nos deben llevar a realizar un análisis particular. En la actualidad, presenciamos un cambio vertiginoso en la manera cómo los entornos virtuales han transformado el proceso de producción, distribución y consumo del arte y la cultura. Como lo menciona German Rey (2019), referente en el estudio de las industrias culturales en Colombia, mientras la TV se tardó treinta años en consolidarse como la plataforma de mayor audiencia, los teléfonos celulares se expandieron como un tsunami en cinco años. Así, el avance técnico ha sido fundamental en la manera como el arte y la cultura se reproducen, masifican y transforman la sociedad, además, esto ha sido determinante para posibilitar el surgimiento de nuevos oficios y expresiones del arte, la cultura y la creatividad que amplían los sectores tradicionales de la música, el teatro, la danza, el cine y la pintura; e incluyen expresiones que en su producción contienen algún elemento artístico o creativo; como la arquitectura, la publicidad, el diseño, pero también los desarrollos de software, videojuegos y productos para la *Web*. Todos los sectores se basan en la generación de bienes y servicios a partir de ideas, donde la propiedad intelectual cobra gran relevancia como aspecto económico y que será la base del desarrollo de las naciones.

Sin duda, el acelerado avance técnico ha denotado un gran cambio en el consumo y comercialización del arte y cultura, las transformaciones de la técnica a partir de la segunda mitad del siglo XX se corresponden con el paso de un análisis local a lo global, la producción industrial, la circulación a grandes distancias y la recepción masiva y tecnificada transformaría la experiencia de consumo y conduciría a los individuos de forma particular Sin embargo, debemos sumar las discusiones adelantadas en algunas corrientes de pensamiento, como la economía política de la comunicación y algunas corrientes del estructuralismo francés que se percataron de tal transformación de la técnica en la sociedad que estaba direccionando a la cultura como un medio para el desarrollo (Bustamante, E. 2009; Carrasco, y Saperas, 2011). Castells (1999) señala que, hacia finales del siglo XX, diversos sectores de los que hemos mencionados no sólo fueron considerados fenómenos económicos vinculados a las políticas públicas de crecimiento económico y desarrollo social; también fueron un fenómeno cultural que incorporaba los nuevos valores generados por la sociedad del conocimiento de base intelectual del capitalismo. Así, lo individual y los recursos intelectuales se vuelven de gran interés ya que pueden ingresar en la lógica mercantil y repetir la contradicción fundamental y que permite que opere el modo de producción capitalista; el trabajo enajenado a costa del capital, donde el productor de una creación entrega su fuerza de trabajo por la cual recibe un pago; pero la ganancia fluye enriqueciendo a los dueños de los medios de producción, así, la creación termina siendo alienada a los intereses económicos y de desarrollo.

Un hecho histórico de gran relevancia para la formalización y justificación de la inversión en las industrias culturales sucede posterior a la segunda guerra mundial, es fundada la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con la intención de unir a los pueblos del mundo y fortalecer la solidaridad intelectual y moral de la humanidad mediante la mutua comprensión y el diálogo entre distintas culturas. Históricamente, nos encontramos con la declaración de *Arc et Senans* de 1972 y la Conferencia Intergubernamental sobre las políticas interculturales en Europa de Helsinki, en el mismo año, ambas apuntaban a establecer y proyectar el futuro del desarrollo de la cultura. Estos hechos son cruciales ya que son referentes de una forma institucional de vincular la cultura con la economía por parte de la UNESCO y los países asociados, se buscaba direccionar el concepto de industria cultural en uno más pragmático, político y, sin duda, que terminaría orientando la inversión estatal y las prácticas de los sujetos. En 1978, se crearía un programa de investigaciones comparadas sobre industrias culturales; en 1980, con el informe *Mc Bride* y en 1982, con la *Conferencia Mundial sobre Políticas*

Culturales de la UNESCO, se llegaría a una definición más institucional, instrumental y pragmática para pensar las industrias culturales. De esta manera, los estudios de industrias culturales pasaron a organizarse bajo una visión más empírica y estadística, reconociendo el carácter industrial, mercantil y práctico de la cultura, pero de manera cada vez menos crítica sobre sus derivaciones negativas (Bustamante, 2009). Además, ya se tendrían elementos más claros para pensar la conformación de políticas que promovieran el desarrollo de los países bajo una concepción de desarrollo cultural (Carrasco y Saperas, 2011). De esta manera, la UNESCO se volvería el referente y puente institucional y estratégico de los estados para soportar sus planes de inversión y desarrollo.

En esta hibridación realizada por los organismos internacionales y por los mismos estados entre la cultura y la economía, la UNESCO definió las industrias culturales como aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos contenidos suelen ser protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Esta doble naturaleza –cultural y económica– construye el perfil distintivo de las industrias culturales (UNESCO, 2006).

Cómo podemos evidenciar, el arte y la cultura cobran una tendencia a basarse en criterios industriales y, evidentemente, económicos. En la medida que son elementos cruciales para pensar el desarrollo, se vuelve necesario que puedan ser medibles y traducidos en valores económicos; efectivamente, la tendencia de los estudios sobre industrias culturales se concentra en el funcionamiento económico de sectores particulares; como el consumo de cine, la industria de la edición de libros, la prensa y demás (Bustamante, 2009, p. 2). Asimismo, hay un énfasis importante en proteger la cultura con derechos de autor, haciendo alusión, sobre todo, a aquellos bienes intangible o inmateriales que son representación de la cultura misma y son resultado de la mercantilización de aquello que se produce a partir de la creatividad y puede y debe ser protegido con derechos de autor, surge la necesidad de vincular y “proteger” la creatividad como un valor altamente económico y de desarrollo.

El encuentro entre cultura, desarrollo, industrialización y tecnología ha permitido que la cultura deje de ser concebida como un lujo o un gasto y, más bien, pase a considerarse como una posibilidad de inversión. De esta manera, el interés por la cultura pasa a un lugar central, aunque de una manera instrumental, la inversión estatal se empieza a fortalecer y la institucionalidad se formaliza. Verbigracia, en 1997, en Colombia, se crea el ministerio de cultura, algo que para

Antonio Caballero (2019) no fue más que la intromisión del Estado en la gestión cultural, en la posibilidad de que la cultura continuará con una de sus funciones principales, la crítica.

En el contexto latinoamericano países como Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela han pasado a reconocer constitucionalmente la recreación y el ocio como un derecho de la ciudadanía. Por citar algunos casos, en el año 2004 en Brasil se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD XI) que fue un abre bocas para el Foro Internacional sobre el Desarrollo de un Centro Internacional de Industrias Creativas que se realizó, en el año siguiente, en la ciudad de Salvador. A partir de estos eventos fueron varias las ciudades de Brasil que invirtieron fuertemente en el sector de la industria creativa y se destaca la creación del Servicio Brasileño de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (SEBRAE), que es una institución privada muy activa en la promoción de la economía creativa en Brasil. En el año 2009, en este mismo país, la economía creativa integró la agenda política y en el año 2012 el apoyo se consolidó con el establecimiento de la Secretaría de la Economía Creativa en el Ministerio de Cultura a partir de cuatro principios: la diversidad cultural, sostenibilidad, innovación e inclusión social (Gomes 2018).

Un ejemplo más reciente en Latinoamérica lo encontramos en Colombia. La denominada Economía Naranja fue la bandera de las contiendas electorales presidenciales para el periodo 2018 – 2022 y que posteriormente saldrá triunfante. El énfasis de esta economía fue la promoción de industrias creativas y culturales para el beneficio del desarrollo de la nación. Se estableció la Ley naranja con el propósito de establecer los parámetros de regulación y aplicación de un ecosistema mayor que dirigiría el gobierno, la política de la Economía Naranja. El artículo 1º nos dice: “La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (2017, p.1). Estas definiciones y puestas en marcha de la economía naranja en Latinoamérica han estado basadas en el documento británico del “*Department for Culture, Media and Sport. Creative industries mapping document*” que, como lo hemos mencionado, nace de la mano de una concepción política netamente neoliberal.

Nuestra apuesta no es una crítica radical a la potencia y fuerza del arte, la creatividad y la cultura, por el contrario, consideramos que las legislaciones deben apuntar a mejorar las situaciones

de injusticia social que persiste en estos países, más no a operar como industrias que favorecen los grandes capitales.

Con todo esto, más allá de que las industrias culturales vinculan a la cultura con la economía, lo que resulta más novedoso y de interés para nuestro trabajo, es la manera cómo se inmiscuye la creatividad en un discurso no sólo productivo, sino altamente prescriptivo que ocupa uno de los centros de interés más importantes para la economía y muy rápidamente formaría parte del centro de las actividades cotidianas de la gente (Rey, 2009). Además, no podemos desconocer que hay una gran cantidad de expresiones culturales que quedan al margen de estos modelos de desarrollo ya que tienen formas y lógicas que no convergen con las industrias creativas. Por ejemplo, las comunidades indígenas desarrollan actos rituales que simbolizan sus tradiciones, motivaciones y formas de vida; más no pretenden volver mercantil estas experiencias, ni van de la mano de una idea de desarrollo, aunque luego los estados si las pretenden usar con estos fines.

3.5. Industrias creativas: Lugar central del individualismo

Economía e industrias creativas son conceptos de usos más recientes que se les ha relacionado con la capacidad para superar y fortalecer a los países económicamente, son términos relacionados con la posibilidad de desarrollo y progreso a partir de la idea de creatividad. La transición hacia el término de *industrias creativas* se remonta a la década de 1990, el desarrollo tecnológico, aplicadas a la circulación de bienes y servicios como el diseño, el desarrollo de videojuegos y aplicaciones. De este modo, veremos que las industrias creativas son el resultado de diversas necesidades históricas y sociales, pero hasta hoy no encontramos teoría que haya reflexionado sobre estas industrias en la vida de los sujetos, más bien, las industrias creativas se han limitado a hacer una descripción y jerarquización de diferentes sectores en términos económicos.

La transición que se ha dado hacia el concepto de *industrias creativas* se remonta a la década de 1990, el desarrollo de las técnicas, y con esto, el surgimiento y posicionamiento de algunas ramas y oficios suponen que la producción, bien o servicio, se caracteriza por su contenido creativo o artístico, estos pueden incluir desde espectáculos hasta bienes producidos individualmente (UNESCO, 2006), sin embargo, aún es común que el término se siga sobreponiendo con el de “industrias culturales”. El carácter dual entre lo económico y cultural

sigue siendo un punto crucial e imprescindible de estas industrias, sobre esto los estados se enfocan para construir políticas culturales con réditos económicos, sin embargo, el carácter creativo, innovador, particular e individual es algo que se distingue en las industrias creativas.

Retomemos la propuesta sobre economía creativa de John Howkins, tal vez, el autor y conferencista más reconocido que ha asesorado a más de treinta países, corporaciones globales, organizaciones internacionales, gobiernos e individuos, que buscan fusionar la creatividad con una visión productiva de emprendimiento. La siguiente fue la definición que dio Howkins en 2001 en una entrevista:

Empezaría diciendo que es una economía en la que las ideas son los principales aportes y los principales resultados. Diría también que es una economía en la que la gente dedica la mayor parte de su tiempo a generar ideas. Es una economía o sociedad en la que la gente se preocupa y reflexiona sobre su capacidad de generar ideas, en la que no se limita a ir a la oficina de 9 a 5 para hacer un trabajo rutinario y repetitivo, como se lleva haciendo desde hace años, ya sea en el campo o en las fábricas. Es una economía en la que la gente, allá donde se encuentre, hablando con los amigos, tomando una copa, al despertarse a las cuatro de la mañana, piensa que puede tener una idea que funcione de verdad, y no sólo una idea por el mero placer esotérico, antes bien, el motor de su carrera, condición e identidad. (Ghelfi, 2005, p.3).

Esta definición evidencia principios muy similares a lo denunciado por Adorno y Horkheimer con respecto a las industrias culturales, ahora bien, nos topamos con el hecho de que se presente la generación de ideas como un trabajo completamente diferente de la producción mecanizada, por el contrario, se evidencia que el trabajador, al entrar en el gran sistema del capital, termina mercantilizando la vida entera en una suerte de contradicción; se autoexplota con el ideal de alcanzar la independencia, la libertad económica o, incluso, con el ideal de ser su propio jefe. Sin embargo, nos encontramos que ese “hacerse cargo de la propia vida” resulta muy funcional para el gobierno neoliberal, el cual, a costa de la explotación que hace del trabajador, se sigue fortaleciendo. Algo particular que encontramos es que los límites entre empresa y trabajador se han diluido, la transición del fordismo al posfordismo en las industrias creativas se torna evidente. La “libertad” e “independencia” que se cree encontrar en la labor creativa es coartada y asfixiada por

los intereses del capital y del progreso que esconden la permanente explotación y mercantilización del acto creativo. He aquí el autodisciplinamiento como estrategia que ejerce presión sobre los individuos a sabiendas de que suponen plena libertad.

Es de notar que la generación de ideas y la explotación y mercantilización de la propiedad intelectual no se reduce a un interés productivo e institucional. Podemos decir que la idea de creatividad cada vez se empieza a ligar más con la vida misma de las personas, con un discurso cargado de necesidad para que las personas, a partir de un supuesto ideal de libertad, puedan llevar una vida creativa que les traiga réditos económicos, sin embargo, insistimos, si acaso este discurso no nos lleva a valorizar el “riesgo” como modo de vida, algo muy característico de la racionalidad de gobierno neoliberal.

El lugar de encuentro que han tenido la cultura y el arte con los procesos productivos y de reinención ha permitido que la creatividad ocupe un lugar fundamental como centro de las actividades cotidianas de la gente (Rey, 2009, p. 57). No es gratuito que las palabras “cultura” y “creatividad” se hayan vuelto tan útiles y comunes para denominar múltiples fenómenos; cultura política, cultura del servicio al cliente, cultura de la competitividad, cultura metro, entornos creativos, pensamiento creativo, empresas creativas, vida creativa, entre tantos. Son palabras que cumplen una función decorativa en el lenguaje y producen un efecto de impacto sobre quienes las reproducen, es más, en términos estrictos, no se encuentra un desarrollo o una discusión teórica importante que justifique la presencia de los términos “cultura” y “creatividad” para acompañar todos estos fenómenos. Sin embargo, debemos subrayar que cumplen una función estratégica muy importante sobre las personas y, aunque en términos conceptuales no encontramos mayores diferencias entre “servicio al cliente” y “cultura de servicio al cliente”, en términos estratégicos producen efectos diferentes, tanto que hoy se prefiere nombrar del segundo modo.

Son múltiples las causas por las que las industrias creativas se han interpuesto de manera tan férrea en nuestras vidas, antes, hemos enunciado como los soportes tecnológicos han sido fundamentales para la producción, masificación y rentabilidad de grandes contenidos, por ejemplo, como lo menciona Rey (2009), medio siglo después del análisis de Horkheimer y Adorno, llegó una industria cinematográfica altamente consolidada capaz de transmitir películas por igual en New York, Bogotá, Mozambique o Berlín; frente a esto, no sólo hubo cambios a nivel tecnológico, sino que las regulaciones jurídicas, las tendencias creativas y los gustos de los consumidores se fueron transformando.

Ahora bien, las lógicas mercantiles y de producción no se ven afectadas en las nuevas industrias creativas, es más, suelen aparecer como una gran oportunidad para que las grandes transnacionales y los gobiernos se hagan cargo. Por ejemplo, más del 85% del cine que se ve en América Latina proviene de Estados Unidos y son pocas las organizaciones que se logran conformar como grupos competitivos en escenarios mundiales en los sectores de la televisión y publicaciones escritas (Rey, 2009). Ahora bien, evidentemente la cultura y la creatividad en Colombia y los demás países latinoamericanos es muy basta, así mismo lo han sabido vender sus gobiernos, sin embargo, las plataformas tecnológicas y económicas más importantes siguen siendo, sobre todo, de Estados Unidos. En este sentido, Rey (2009) menciona como Estados Unidos ya ha realizado presiones sobre la “reserva cultural” de Colombia para acceder a derechos de autor, para ellos, “los productos culturales son esencialmente mercancías que forman parte del entretenimiento” (p. 66), por esto, las barreras para su adquisición y circulación debería ser menores; por otro lado, aún existe la concepción de que los productos culturales hacen parte de una tradición social donde sus creadores tengan mejores resultados y hagan parte de la toma de decisiones, esto puede ir desde la excepción de regulaciones hasta la reserva cultural. Un caso que nos permite ejemplificar esta cuestión son las tumbas funerarias que se resguardan en el parque arqueológico de San Agustín en el departamento del Huila, Colombia. Allí se contiene una gran colección de monumentos religiosos y esculturas megalíticas que representan deidades y bestias mitológicas talladas por comunidades andinas entre los siglos I y VIII. En este contexto, existe el debate sobre si las tumbas funerarias que se encuentren a partir de la fecha, juntos con todos los elementos que las acompañan, deben ser socavados, expuestos a la comunidad e, incluso, en algunos casos, intercambiados y mercantilizados, o si deben ser reconstruidos de manera digital y mantener los objetos en sus lugares originales.

Las decisiones que se toman sobre el manejo de la cultura y la creatividad parecieran ubicarse en un ámbito estatal y de oportunidad de desarrollo, sin embargo, como lo mencionaba Hopenhayn en la década de los 90’s, la industria cultural se ha localizado inmersa de los procesos de la vida cotidiana; “se está convirtiendo en sector estratégico de la competitividad, el empleo, la construcción de consensos, el modo de hacer política, y la circulación de la información y los conocimientos” (1994, p. 167). Aparecen valores sociales aclamados y celebrados en relación con la originalidad, la creatividad, el cambio y la innovación, además de una mayor valorización de lo

simbólico e intelectual; en consecuencia, las discusiones sobre los derechos de propiedad intelectual son constantes en este sector.

Ahora bien, las industrias creativas aparecen gracias a un conglomerado de posibilidades que han permitido su surgimiento. Los estudios sobre estas también han venido en considerable incremento en los últimos años, sin embargo, predomina una visión economicista y positiva, es decir, la mayoría de los estudios encontrados, muchos de los cuales han sido llevados a cabo o apoyados por instituciones oficiales como la ONU o la UNESCO, plantean en las industrias culturales y creativas grandes posibilidades para generar riqueza para las naciones en términos de aportar al producto interno bruto (PIB), sobre todo en los países que denominan “en desarrollo”. Esto nos lleva a algunos cuestionamientos sobre el destino y la concentración de la riqueza que se produce, además, el papel del individuo no es problematizado y queda relegado a su capacidad creativa, en suma, lo económico termina por invisibilizar lo social y, cómo dirían Horkheimer y Adorno, termina por aniquilar al individuo.

Nosotros partimos de una posición crítica que ve en el arte, la cultura y la creatividad posibilidades de transformación concreta de la injusticia social, y no como meros instrumentos para acumular capital a costa de la “creatividad” de las personas. Sobre esto, Gomes (2018) menciona que no es casual la vinculación de las industrias culturales y creativas con el neoliberalismo ya que fue en la década de 1990 que las políticas de desarrollo económico eran discutidas y adoptadas en el Reino Unido y consolidadas por el neoliberalismo de Tony Blair.

Algunas de las acciones que ha llevado a cabo el neoliberalismo y que repercuten de manera más directa sobre las industrias culturales y creativas son la globalización de la producción, la abolición de controles de flujos financieros y la necesidad de reducir los puestos de trabajo del sistema estatal a partir de programas de renuncia y jubilación voluntaria (Werneck, Stoppa y Isayama, 2001).

En cuanto a las particularidades del trabajo, encontramos que la exacerbación del discurso de la creatividad responde a tal falencia de condiciones dignas, justas y reales para los trabajadores. No es en vano que la perspectiva emprendedora del desarrollo sea uno de los pilares fundamentales de las industrias culturales y creativas. Al respecto, y dada su importancia y correlación, abordaremos un capítulo sobre el trabajo y la creatividad en la gubernamentalidad neoliberal.

4. La cuestión del Poder: El uso de la creatividad como dispositivo gubernamental

En relación con la problemática expuesta y con el interés de acercarnos cada vez más a mostrar cómo se manifiesta el fenómeno, tomaremos un momento concreto de la historia reciente que se expresa en un discurso político de Estado que promueve la creatividad. Es de saber que, a pesar de sus múltiples manifestaciones, el neoliberalismo muestra regularidades que se generalizan y concretan en diversos contextos y experiencias históricas y, como lo menciona Castro (2004), el siglo XIX marca una nueva forma de comprensión del ejercicio del poder, siendo la economía, en la primera mitad del siglo la que estructuraría este ejercicio. De este modo, en este capítulo consideramos importante detenernos en la denominada economía naranja como un dispositivo de gobierno importante en la conducción de la vida de las personas. A partir de la creatividad se instituye un sujeto históricamente mediado en el juego de lo falso y verdadero que pone bajo cuestión la experiencia humana.

La economía naranja, más allá de ser una idea económica, muestra un entramado estratégico con todo el proceso social e histórico que se concreta como una estrategia institucional de gobierno. En este sentido, el análisis que se lleva a cabo nutre la relación entre saber, poder y subjetividad que caracteriza el presente estudio; siendo la práctica del ejercicio del poder la cual nos interesa resaltar en el presente capítulo.

Dicho esto, esta puesta en práctica de la creatividad “no debe ser vista como la irrupción de la arbitrariedad del poder real en la cotidianeidad de la vida. Se articula, más bien, según circuitos complejos y un juego combinado de solicitudes y respuestas” (Castro, 2004, p.15). Nosotros planteamos que la economía naranja se instala y legitima en el gobierno de manera estratégica, para nada arbitraria y con el fin de responder a diferentes urgencias y necesidades que permitan el mantenimiento de las condiciones sociales, aunque prometa su mejora.

Partimos de la noción de poder de Foucault que se aleja de una perspectiva economicista y se vincula más con el concepto de gobierno. Así, para Foucault, el tema del poder es crucial en tanto se relaciona con la configuración del sujeto, con la historia de los diferentes modos de subjetivación (Castro, 2004, p.411), es decir, evidenciar en el poder una realidad expresada en prácticas que fabrican individualidad, la apuesta consiste, como lo menciona Foucault (1998b), “en avanzar menos hacia una “teoría” que hacia una “analítica” del poder” (p.49). La pregunta que guía a Foucault no es “¿qué es el poder?”, sino “¿cómo funciona?”, algo que orienta a las prácticas que

tienen efectos sobre el sujeto. En términos generales, “el poder consiste en conducir conductas y disponer de su probabilidad induciéndolas, apartándolas, facilitándolas, dificultándolas, limitándolas, impidiéndolas.” (Castro, 2004, p. 413). De este modo, planteamos que el poder pretende generar un marco de subjetividad, es decir, ciertos modos posibles de ser sujeto que están delimitados por la paradójica libertad que posibilita el gobierno.

Nuestro interés con este capítulo es mostrar la necesidad y pertinencia del poder que se requiere para la formación y formalización de un saber, para esto se requiere que se tomen en consideración tanto las prácticas discursivas como las prácticas no discursivas; así, tanto el poder como el saber se nutren constantemente en su orientación por comprender la orientación del sujeto. Dicho esto, en el presente capítulo abordamos el poder, pero la lectura cobra sentido si lo leemos a la luz del saber cómo forma legítima de algo verdadero, debemos considerar que el funcionamiento entre ambos es entrelazado y necesario, así, la integración del saber en el ejercicio del gobierno es una característica definitoria del Estado moderno (Castro, 2004). Dicho esto, bajo la lectura de la economía naranja, debemos considerar, como es característico en los estudios que realizó Foucault, el interés por el gobierno en cuanto delimita unos modos de ser y actuar posibles, la pregunta orientadora para esto termina siendo, “¿cómo gobernar?”, la cual organiza la razón de Estado a finales del siglo XVI y comienzos del XVII.

En el desarrollo de este capítulo, tomamos el texto insignia de la economía naranja, que también se autodenomina como un manual, *La economía naranja: Una oportunidad infinita* (2013). Nuestro ejercicio de análisis pretende develar todo lo que no es evidente, pero fundamental en tal propuesta. Así, nos acercaremos a la búsqueda de su definición a partir del contenido teórico y jurídico que lo soportan, por ende, traeremos a escena los textos y autores más referenciales para la economía naranja, pero también todo su soporte y alcance institucional y jurídico. De este modo, nuestro análisis no se limita a dicho texto de manera hermética, sino que hacemos un análisis de otros textos que han nutrido y posibilitado la economía naranja, claro está, siguiendo nuestra propuesta, son textos y material con contenido prescriptivo cuyo objetivo central termina siendo proponer reglas de conducta.

En este recorrido, nos acercarnos a la definición y alcances de la economía naranja, planteamos a partir del ejercicio analítico, cómo la economía naranja se soporta en los pilares característicos de la racionalidad de gobierno neoliberal, haciendo un llamado constante a la capitalización de la vida, a la toma de riesgos para lograr el éxito y, sobre todo, al uso desenfrenado

de la creatividad cómo “motor” de la vida. Posteriormente, dedicamos un apartado a argumentar cómo es posible aplicar la idea foucaultiana de “dispositivo de gobierno” a la economía naranja, evidenciando que se da bajo la forma de un programa institucional y en un momento histórico particular en respuesta a una urgencia puntual que muestra la articulación entre el saber, el poder y la configuración de la subjetividad. Finalmente, desarrollamos un apartado que consideramos relevante sobre la educación que es provocado por el análisis de los textos donde la educación se hace fundamental para ejecutar sus propuestas y apropiar su discurso; incluso, a pesar de que ningún texto de Foucault se consagra completamente a la educación, es un tema que considera dentro del disciplinamiento en la sociedad moderna. Para Foucault (1986): “Todo sistema de educación es una manera política de mantener o de modificar la apropiación de los discursos, con los saberes y los poderes que ellos conllevan” (pp. 45-46).

4.1. Economía naranja: acercamiento y dismantelamiento de una idea institucional

Podemos partir definiendo la economía naranja como una idea institucional de carácter económico que vincula la creatividad, la cultura y las artes como medios para desarrollar riqueza. Es posible relacionarla y equipararse con la *economía creativa* como su referente más directo. Ahora bien, la denominación “naranja” ha sustentado una importante oportunidad de desarrollo que Latinoamérica y el Caribe no podía darse el lujo de perder; así lo señalaba Iván Duque en su periodo como asesor del Banco Interamericano de Desarrollo entre los años 2001 a 2013. Además, junto con la promesa de seguridad, la economía naranja fue la bandera del mismo Iván Duque Márquez en las contiendas presidenciales de Colombia de 2018 bajo la promesa de mejorar las condiciones económicas del país. De este modo, han sido los últimos diez años donde se han producido más investigaciones sobre el tema, siendo los años más recientes los que han procurado realizar o evidenciar impactos, sobre todo en términos económicos. En este sentido, el grueso de las investigaciones sobre economía naranja se orienta en términos de su rentabilidad y mejoramiento económico, sobre todo en disciplinas como la administración, el derecho y la economía (Jímenez, Millán y Suárez, 2017; Garay, 2017; Barraza, 2019; Ospina Díaz, Hernández Madroño, Londoño Cardozo y Tello Castrillón, 2019; Campiño Gutierrez, 2019; González, 2020; Caro Cuartas, 2020). Por otro lado, también se han encontrado algunos estudios que se alejan de la perspectiva economicista y problematizan la economía naranja desde una postura crítica e histórica.

Puello Socarrás (2018) describe como la economía naranja deja entrever una relación de precarización laboral enmarcada en un discurso netamente neoliberal; Abdala y Puello Socarrás (2019), problematizan las transformaciones del neoliberalismo en el siglo XXI en América Latina, entre estas, muestran cómo la economía naranja pretende institucionalizar un bienestar basado en el ideal del emprendimiento; Betancur Arias (2017) plantea como la economía naranja es una estrategia neoliberal de mercantilización de la cultura.

Cuando Iván Duque fue vencedor y electo como presidente de Colombia para el periodo 2018-2022, seguiría izando la bandera naranja a partir de la implementación de Políticas de Estado como la consolidación de la Política de la Economía Naranja. Fue tan importante esta idea como uno de los ejes principales de campaña y de gobierno que, en el discurso de posesión presidencial del 7 de agosto del 2018, Duque reiteraba:

Quiero que los jóvenes de Colombia escuchen esto con atención: Estamos comprometidos con el impulso a la economía naranja para que nuestros actores, artistas, productores, músicos, diseñadores, publicistas, joyeros, dramaturgos, fotógrafos y animadores digitales conquisten mercados, mejoren sus ingresos, emprendan con éxito, posicionen su talento y atraigan los ojos del mundo. (transcripción propia de discurso)

Por ahora, podemos resaltar el interés de la economía naranja en asociar la cultura, las artes, la creatividad, la innovación, el talento y la invención con el mercado, la industria, la inversión, el desarrollo, el progreso y el éxito. Además, de presentarse en términos de oportunidad, como algo que no se debe dejar pasar, sobre todo la población joven.

La inspiración y sustento de la economía naranja se ubica en las economías creativas, denominación que fue popularizada en 2001 por el escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins en su texto *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2013); allí resalta los dos elementos que constituyen la economía creativa, las Industrias Culturales y las Industrias Creativas.

Dicho lo anterior, podemos acercarnos a la definición de la economía naranja que brindan sus propios promotores; pero, además, es pertinente destacar algunas definiciones e instituciones que han sido cruciales en su consolidación:

- a) **La Economía Naranja:** Una oportunidad infinita (Buitrago & Duque, 2013): es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual (p.40).
- b) ***The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.*** Howkins, J. (2013). La economía creativa comprende los sectores en los que el valor de los bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos (p.8).
- c) **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2013):** las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.
- d) **Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, 2010):** las industrias creativas están en el centro de la economía creativa y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.
- e) **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2003):** las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.
- f) **Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (British Council, 2010):** las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual
- g) **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2011):** las industrias de contenidos son: editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares,

producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).

Podríamos encontrar múltiples similitudes en las definiciones expuestas, apareciendo la creatividad y el talento individual en la base de la riqueza y el desarrollo. Términos como producción, exhibición, distribución y comercialización de productos creativos intangibles basados en la propiedad intelectual son la apuesta que hacen todas estas instituciones para soportar el progreso económico y social. Ahora bien, en la revisión del texto de Duque y Buitrago (2013) aparecen tres referentes fundamentales en los cuales es necesario profundizar para comprender sus soportes teóricos y el origen de sus propuestas. Son los consultores y economistas, que también han sido llamados «gurús», Richard Florida, Charles Landry y, el ya mencionado, John Howkins.

Duque y Buitrago (2013) retoman de Charles Landry (2008) la idea de *ciudades creativas* como aquellos lugares aptos para vivir, trabajar y para la diversión. Esto da lugar a argumentar el *hub creativo* como aquel “centro de conexiones, en el que clústeres, infraestructuras especializadas, capitales, talentos y tecnologías se concentran, independientemente de su proximidad geográfica” (p.156). Mencionan que Miami es el mayor *hub* de música latinoamericana y retoman de Richard Florida las tres “T” que permiten a una ciudad creativa nacer; talento, tecnología y tolerancia. Duque y Buitrago (2013) nos mencionan que una de las tesis de Richard Florida en su texto sobre la clase creativa es mostrar cómo en la actualidad el elemento diferenciador de las ciudades es la capacidad que tienen para atraer a las personas con talento, algo determinante para que se realicen las inversiones necesarias en tecnología.

Encontramos que la economía naranja promueve un ecosistema basado en la creatividad al que define como, *el clúster creativo*: “es, simplemente, un edificio, un barrio o cualquier espacio geográfico relativamente pequeño que contiene una concentración de negocios basados en la Economía Naranja” (p.156). Este ecosistema de negocios interactúa de una manera *coopetitiva*, término introducido por los autores, lo que parece un intento por mezclar los términos de cooperación y competencia.

Queremos resaltar que el mismo Landry aparece en la anteportada del texto de Duque y Buitrago (2013) con el siguiente comentario: “La Economía Naranja encapsula nítidamente y con gran originalidad el poder y el potencial de las industrias de la imaginación y la creatividad esperamos que genere el impacto y la influencia que se merece.”

Ahora bien, es claro que en los postulados que realiza Richard Florida hay principios muy importantes para la economía naranja. En el texto, *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI* (2010), Florida, argumenta que la fuerza impulsora del cambio profundo que ha vivido la sociedad a partir de la década de 1950 es cada vez más clara:

La fuerza impulsora es la aparición de la creatividad humana como factor clave en la economía y en la sociedad. Nunca hasta ahora habíamos valorado tanto la creatividad en el trabajo y las demás esferas de la vida, ni la habíamos cultivado con tanta intensidad. (p. 43)

Florida (2010, 2011) argumenta en sus textos la manera como la creatividad se ha convertido en el gran factor de éxito económico y plantea que a comienzos del siglo XXI ha nacido un nuevo estrato social que se caracteriza por aquellas personas que se ganan la vida a partir de la creatividad, la «*clase creativa*», que está soportada en pensar la creatividad humana como un recurso económico definitivo. Tales planteamientos son un eje fundamental en la propuesta de la economía naranja que, sea pertinente recordarlo, no se reduce al texto publicado por el BID, sino, que es uno de los pilares económicos y de desarrollo fundamentales del gobierno colombiano para el periodo 2018-2022.

Por su parte, John Howkins, de quien ya hemos hecho múltiples menciones como otro referente crucial para Duque y Buitrago (2013), es determinante en cuanto brinda la definición de la economía creativa y propone los sectores sobre los que se debe hacer énfasis. En ambos aparece fundamental la propiedad intelectual como valor económico. Howkins también aparece en la anteportada del texto de Duque y Buitrago (2013) con el siguiente comentario:

Felipe Buitrago e Iván Duque han proporcionado un análisis muy original y perspicaz de la creatividad y la innovación. Su punto de partida es un profundo conocimiento de la economía creativa, pero su mayor logro es la imaginación y la habilidad con la que describen cómo se relaciona con todo lo demás y lo que significa para todos nosotros. Creo que La Economía Naranja pasará a formar parte del lenguaje en todas partes. (p. 242)

Debemos mencionar que los tres autores retomados por la economía naranja, Howkins, Florida y Landry, han sido considerados como los consultores, oradores, conferencistas, *coaches*,

«gurús» o asesores internacionales más influyentes sobre crecimiento económico, han asesorado y acompañado gobiernos y propuestas institucionales de varias naciones relacionadas con la cultura, las artes, la educación, el trabajo, el urbanismo, entre otras. Su apuesta la podríamos reducir, en este punto, a mostrar cómo a partir de la creatividad, el talento de las personas, la producción inmaterial de las naciones es posible sustentar y desarrollar una economía próspera que lleve a mejores condiciones de vida.

Ahora bien, en este punto queremos dar una noción de algunos autores y planteamientos que nutren la economía naranja, realizar una suerte de radiografía para posicionarnos frente a lo que queremos analizar. En este sentido, consideramos pertinente dar un paso desde estos postulados y referentes para la economía naranja hacia el alcance legislativo que ha alcanzado en el gobierno colombiano.

Partamos de la Ley “Marco” para la regulación de la economía naranja, la Ley 1834 de 2017, también conocida como la Ley Naranja que fue tramitada ante el Congreso por el promotor de la propuesta y para entonces Senador de la República, Iván Duque. En esta Ley se condensaron los parámetros generales a los que se debe acoger el gobierno y las diferentes entidades del Estado para darle aplicación y desarrollo a la Política de la economía naranja. Veremos el carácter heterogéneo de la economía naranja, planteando la necesidad de intervenir en múltiples instituciones para llevar a cabo la consolidación de su propuesta.

Según el mismo Ministerio de Cultura en el 2019, lo planteado en la Ley 1834 de 2017 tiene relación directa con la agenda de los ‘Objetivos de Desarrollo Sostenible’ 2030 establecidos por la ONU, con la cual se busca impulsar la adopción, adaptación y apropiación de las industrias culturales y creativas. Leamos el artículo 1 y 4 que son fundamentales para la constitución de la ley naranja:

Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Artículo 4º. Política Integral de la Economía Creativa. El Gobierno nacional formulará una Política Integral de la Economía Creativa (Política Naranja), con miras a desarrollar la presente ley, y ejecutar en debida forma sus postulados y objetivos. Para ello, el Gobierno

nacional identificará los sectores objeto de la misma, formulando lineamientos que permitan desarrollarlos: fortalecerlos, posicionarlos, protegerlos y acompañarlos como creadores de valor agregado de la economía. Parágrafo. El Gobierno nacional reglamentará lo pertinente en procura de la adecuada implementación de la política pública de la que trata este artículo, y buscará la participación plural y equilibrada de actores públicos, privados, sociales, gremiales y asociativos en el ámbito de la cultura y las industrias creativas.

Podemos evidenciar en el artículo 1 el principio rector de la economía naranja, apoyar las industrias creativas en cuanto generen valor a partir de la propiedad intelectual. El artículo 4 es de gran importancia para el desarrollo de la economía naranja en la legislación del país, pues obliga la creación de una Política Pública por parte del Gobierno, lo que implica la coordinación y articulación de los actores cruciales en la puesta en marcha de la propuesta, estos quedarán explícitos en el artículo 7.

Artículo 7°. Institucionalidad. El Estado promoverá el fortalecimiento de instituciones públicas, privadas y mixtas, orientadas a la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas, desarrollando adecuadamente el potencial de la Economía Creativa. Para tal fin se creará y conformará el Consejo Nacional de la Economía Naranja, como coordinador institucional de la economía creativa. Este Consejo estará conformado por:

1. El Ministro de Hacienda y Crédito Público.
2. El Ministro del Trabajo.
3. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
4. El Ministro de Educación Nacional.
5. El Ministro de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.
6. El Ministro del Interior.
7. El Ministro de Cultura (quien lo presidirá).
8. El Director Nacional de Planeación (DNP).
9. El Director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
10. El Director del Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena).

11. El Director de la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA).
12. El Presidente de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter).

Este artículo nos muestra el gran alcance que plantea la economía naranja en las diferentes instituciones y sectores de la sociedad. Con esto, podemos ver que sus alcances no se pueden reducir a un aspecto económico; impactando en esperas tan determinantes para la vida como lo son la educación, el trabajo, la cultura, e, incluso, la conformación y planeación territorial. En artículos posteriores se hará énfasis en cada uno de estos sectores.

El Artículo 10 plantea cambios en el sector educativo en vía a la formación para el progreso cultural y creativo. Retomemos de Foucault (1986) como la educación se esfuerza por ser un derecho, el instrumento gracias al cual, en una sociedad como la nuestra, cualquier individuo puede tener acceso a cualquier tipo de discurso; se sabe que ella sigue en su distribución, en lo que ella permite y en lo que ella impide, así, todo sistema educativo es una manera de establecer la apropiación de los discursos. Consideramos tan importante el elemento educativo para la constitución de una forma de gobierno, que le dedicamos un momento de análisis en el último apartado de este capítulo. Por el momento, leamos el artículo:

Artículo 10°. Educación para la economía creativa. En desarrollo de la jornada única y en el marco de la autonomía escolar, el Ministerio de Educación Nacional, en coordinación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) y el Ministerio de Cultura, promoverán en los establecimientos educativos la formación para el progreso cultural y creativo, a la luz de las disposiciones consagradas en la Ley 115 de 1994

Sobre la configuración urbana y territorial queremos destacar que la economía naranja no sólo postula la transformación de las personas a partir de pilares como la educación o el trabajo, sino que también se debe expresar en las ciudades. A partir de la entidad Findeter, la cual debe trabajar coordinadamente con el Ministerio de Cultura para la construcción de agendas de “municipios, ciudades y regiones creativas” en todo el país, con miras a que estas enriquezcan los planes de los diferentes entes territoriales para el impulso de la cultura y la economía creativa. El término de *ciudades creativas* es crucial para la economía naranja, el cual se basa en la búsqueda

de las ciudades por venderse o promocionarse como lugares atrayentes para las clases creativas. Por ahora, retomemos el artículo:

Artículo 9°. Promoción y fomento. El Gobierno nacional a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter), creará líneas de crédito y cooperación técnica para el impulso a la construcción de infraestructura cultural y creativa en los entes territoriales.

Continuando con la expansión institucional de la economía naranja, es importante retomar el decreto 1935 del 2018 ya que es uno de los primeros que pone en funcionamiento de la Política Integral de la Economía Naranja indicada en la Ley 1834 de 2017. En el decreto se reglamentan las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa. Además, el decreto especifica las entidades pertenecientes al consejo con sus respectivos representantes. Finalmente, veamos cómo la economía naranja está inmersa en el plan de desarrollo 2018-2022 de manera crucial:

Artículo 3° El Plan Nacional de Desarrollo está compuesto por objetivos de política pública denominados pactos, concepto que refleja la importancia del aporte de todas las facetas de la sociedad en la construcción de una Colombia equitativa. El Plan se basa en los siguientes tres pactos estructurales: 1. Legalidad, 2. Emprendimiento y, 3. Equidad. El logro de estos objetivos requiere de algunas condiciones habilitantes que permitan acelerar el cambio social. Por lo tanto, el Plan contempla los siguientes pactos que contienen estrategias transversales: 10. Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja.

La inclusión de la economía naranja en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2022 buscaba respaldo económico y político a partir de un pacto que va de la mano con la agenda de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU. El gobierno justificaba la búsqueda de: “1. Descubrir y Desarrollar las habilidades de nuestra sociedad; 2. Dar el salto a la transformación digital; 3. Impulsar el emprendimiento; 4. Consolidar la infraestructura dura, blanda y digital; 5. Elevar nuestro patrimonio cultural e inspirar a la juventud; 6. Diseñar una institucionalidad acorde a los

tiempos y 7. Integrarnos al mundo”. Estos siete elementos condensados en el plan de desarrollo concretan el interés genuino del gobierno por la transformación del país.

La presentación del alcance legislativo de la economía naranja quiere evidenciar la convicción por esta apuesta como generador de riqueza y oportunidades. Sin embargo, lo que encontramos en las bases de sus planteamientos, pareciera corresponderse más con una promesa sustentada en la emotividad que con una apuesta seria de transformación social. Cuando Duque realiza la alusión a los jóvenes como los que deben aprovechar las oportunidades de la economía naranja, plantea que "históricamente el color naranja está vinculado con la juventud y la alegría... la creatividad es un gran negocio" (BBVA, 2016).

En la revisión del texto, *La economía naranja, una oportunidad infinita* (Buitrago & Duque, 2013), se encuentra que la decisión de llamar “naranja” este tipo de economía es porque: “El color naranja se suele asociar con la cultura, la creatividad y la identidad” (p.42). y, aunque no es definido ninguno de estos conceptos, se apoya en el uso que han dado diferentes comunidades de este color. “Ya los artistas del antiguo Egipto usaban este color (...) para adornar los jeroglíficos de las tumbas de los faraones” (p. 42), “Baco (Dionisio en la mitología griega) el dios del vino y patrón del teatro aparece en las pinturas vestido en naranja”, también lo asocian con prácticas religiosas orientales:

En el confucionismo, es el color de la transformación; en el budismo, identifica a los monjes (...); en el hinduismo, es el color de las ropas que visten los sadlhu (hombres santos que recorren el mundo y el chakra naranja es el abdomen (que a su vez el centro creativo del individuo)”. (pp.43-44)

También relacionan el color con fechas particulares como el Halloween o con objetos concretos: “El paso del tiempo ha querido que el color grana cochinilla de las cerámicas mesoamericanas (Toltecas, Mayas y Mixtecas) se torne naranja” (p.44); y con lo elemental y sentimental: “Es -además- un color que se asocia con el fuego (las metáforas sobre el fuego creativo, el fuego del amor son incontables” (p.45). En últimas, los autores manifiestan que: “Para darle una identidad que le hace falta hemos querido etiquetar Economía Naranja” (p.45).

El uso del color naranja se ha evidenciado desde los colores de la campaña presidencial hasta los eventos y conferencias que ha impulsado como presidente de Colombia, como el

programa de crédito “Exprimiendo la naranja”, los festivales de innovación como HERO fest y la renovación de los ministerios del gobierno, como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Las razones que justifican el uso del color naranja parecen tan arbitrarias y confusas como gran parte del manual sobre economía naranja. Sin embargo, podemos postular que la pretensión se encamina más a provocar impresiones y emociones a partir de experiencias particulares que garanticen la identificación con sus propuestas, en esta vía, comprendemos que la lectura del texto está acompañada de imágenes recurrentes, de cambios de colores y tipos de fuente. Evidentemente responde a su pretensión de funcionar como un manual, pero debemos decir, que la forma de conexión argumentativa que encontramos, por ejemplo, sobre las razones del color naranja están en vía de producir un control emocional que se caracteriza del gobierno neoliberal en discursos sobre el riesgo, el empresarismo, la información y, en este caso puntual, un despertar de la creatividad. Con esto, damos entrada al siguiente apartado, donde planteamos algunos ideales importantes de la racionalidad de gobierno neoliberal como soportes de la economía naranja.

4.2. La economía naranja y creativa, una propuesta neoliberal refinada

El momento histórico en el cual se comienza a hablar de economía naranja se da en respuesta a justificar exigencias y demandas sociales de las cuales el Estado pretender hacer responsables a las personas. A partir de un análisis del ecosistema naranja, es decir, de los elementos teóricos de soporte y el alcance de la economía naranja, debemos señalar que eso no se reduce a una propuesta económica, sino, y fundamentalmente, que opera como una respuesta estratégica que delimita un marco de configuración de subjetividad posible para las personas. A pesar de que lo planteado por la economía naranja pretende ser novedoso e innovador, hay características sustanciales que muestran una fuerte continuidad en las formas de intervención del gobierno que provienen desde la época del liberalismo.

Aún más, seguimos evidenciando como pilar fundamental los planteamientos de los economicistas del capital humano que hemos abordado en el capítulo 2, siendo los planteamientos de Theodore Schultz y Gary Becker elaborados en los años 60, referentes fundamentales y necesarios para pensar la capitalización de la vida y, posteriormente, la comprensión del emprendimiento como modo del gobierno de sí. Ahora bien, vemos la gran capacidad adaptativa del neoliberalismo para adecuarse a diferentes momentos y necesidades históricas, pero también,

nos muestra una tendencia del papel del Estado que ha ido respaldando formas de administración pública de un neoliberalismo renovado que se muestra más invasivo y feroz.

Lo que encontramos en la economía naranja es una propuesta neoliberal que promete, a partir de la transformación de ideas en bienes y servicios, mejores condiciones de vida a partir de la renta que genera la propiedad intelectual. Evidenciamos una «economización de la vida» (Lorey, 2008), es decir, la vida es puesta a disposición de intereses económicos explotadores donde ya no es posible separar producción y reproducción, trabajo y vida. Así, aunque el pilar fundamental de la economía naranja y creativa se sigue soportando en el uso neoliberal del emprendimiento y la identificación con la empresa, el llamado constante que hacen a la creatividad, la autenticidad y la innovación parecen términos renovados que también denotan la misma «economización de la vida».

Dicho lo anterior, cuando pensamos en la ferocidad de la economía naranja, pensamos en la mercantilización sobre la vida de los individuos como característica de la racionalidad de gobierno neoliberal a partir de la acomodación semántica en ideas que pueden generar una suerte de identificación particular con las personas, es decir, aunque consideramos que la figura del emprendedor sigue ubicándose en el corazón del neoliberalismo y de la economía naranja y creativa, la figura del artista que se caracteriza por su creatividad, autenticidad e innovación, es puesta delante del telón en la búsqueda de ampliar su campo de maniobra. Aun así, retomemos la siguiente cita del texto de Duque y Buitrago (2013) para mostrar cómo el interés es, en definitiva, la conducción de la conducta: “Un estadista mejor recordado, Winston Churchill, tuvo la claridad de ver hace décadas que los imperios del futuro serían imperios de la mente. Uno de estos imperios es el de la Economía Naranja”. Tales afirmaciones, que son recurrentes en el texto, nos permiten soportar lo dicho anteriormente. La economía naranja no se reduce a una idea económica, más bien, podemos usar el concepto de «*activismo cultural neoliberal*» de Santamaría (2018) para comprender cómo a partir del intento de convencernos diariamente de que el emprendimiento, la creatividad, las emociones o la imaginación conforman todo un mapa afectivo necesario para la prosperidad económica, se demuestra una compleja estrategia de lo que se ha denominado el *capitalismo afectivo*. En últimas, la economía naranja es una propuesta de economía política que tiene gran relación con los planteamientos de Gary Becker sobre el capital humano, son propuestas que, más que enfocarse en la economía, se termina orientando por las formas de vida.

Lo anterior, lo podemos evidenciar cuando Duque y Buitrago (2013) plantean que “la relación entre economía y cultura suele abordarse con antagonismos (cuando en realidad son caras de una misma moneda” (p.48), a partir de la “oportunidad naranja” plantean “la posibilidad particular de transformar lo mejor del talento creativo y de las enormes reservas de patrimonio cultural de Latinoamérica y el Caribe (p.75). Para lograr esto, los autores plantean la necesidad de retener, atraer, capturar y reproducir el talento de un segmento particular de la población.

Como vemos, hay un gran interés por revalorar la cultura, el talento y la creatividad con la justificación de obtener beneficios económicos, sin embargo, aunque podamos llegar a considerar que esto fuese así, la transformación de los sujetos no escapa a estos intereses. Es más, son planteamientos que se centran, como los mismos autores lo mencionan, a cierto tipo de personas, algo que nos parece problemático y abordamos a lo largo del trabajo. Ahora bien, lo que encontramos en estas propuestas ya se venía vislumbrando en el escenario institucional desde los años 60's. Pareciera que el discurso de la economía creativa y de la economía naranja puede funcionar como una respuesta, tal vez satisfactoria, a lo que solicitaba Margaret Thatcher en 1981 sobre las políticas de los últimos treinta años:

Lo que me irrita de las políticas de los últimos treinta años es que se ha tendido hacia una sociedad colectivizada. La gente ha olvidado la parte individual. Por ello preguntan: ¿cuento yo algo? ¿de verdad importo? Y la respuesta breve es: Sí. En este sentido, lo que me propongo no son políticas económicas. Es decir, mi objetivo no fue ese sino cambiar de enfoque y, no me cabe duda, cambiar la economía es el mejor medio para cambiar el enfoque. Si cambias el enfoque lo que estás cambiando realmente es el corazón y el alma de la nación. La economía es cambiar el corazón y el alma. (Citado en Santamaría 2018, p.35).

En este fragmento se plantea una necesidad de rescate de la individualidad que se ha relegado y reducido a políticas con intereses colectivos, en este rescate se deposita la esperanza de prosperidad para las naciones. La economía naranja y creativa se alinean con este tipo de discursos ya que bajo la idea del “talento” o de la innovación pretenden rescatar la individualidad. Ideas muy afines encontramos en algunos economicistas, por ejemplo, Florida (2010) menciona:

El capitalismo también ha ampliado su alcance para poder abarcar y capturar el talento de grupos de personas excéntricas y no conformistas que hasta ahora se habían visto excluidas. Esto ha provocado otra mutación sorprendente: personas que antes habrían sido consideradas inconformistas y excéntricas y que operaban en los extremos bohemios de la sociedad ocupan ahora el núcleo del proceso de innovación y de crecimiento económico. (p.44).

Esta forma de acentuar y rescatar la individualidad con intereses económicos ha contribuido a un cambio de la sociedad, los planteamientos de la economía creativa muestran como: “Ya no se considera que las personas creativas sean iconoclastas: han pasado a ser la corriente dominante” (Florida, 2010, p.44). La lectura nos puede remontar a la crítica artista que hemos desarrollado previamente en el capítulo 2, sin embargo, lo que queremos enfatizar es la manera como la figura de las personas creativas, que antes se asociaba a un hereje de la sociedad, pasan a ser la figura ideal para la economía creativa. Para comprender esto, retomemos a Boltanski y Chiapello (2002) con la crítica artista donde los artistas pasaron a los estudiantes de Mayo del 68 como personas «distinguidas» que trabajan en los media, las finanzas, el espectáculo, la moda, internet, etcétera, es decir, por los «creativos» situados en las «alturas de la jerarquía sociocultural» que hacían un reclamo por la autonomía y la autenticidad; esto sumando a múltiples demandas de sectores sindicales provenientes de la crítica social y a presiones económicas procedentes de las crisis petrolíferas de la década de los setenta donde se comienza a dibujar lo que denomina Santamaría (2018) como la “figura de un nuevo personaje heroico: el emprendedor, sujeto creativo, flexible, atento y generador de cambios y crecimiento” (p. 37). Ahora bien, aunque los autores separan el personaje de la crítica artística, expresado en los estudiantes, del personaje de la crítica social, expresado en los movimientos sindicales; nuestra lectura exige un movimiento de retorno que pone en evidencia que ambas críticas se instauran en las mismas exigencias, es decir, cuando la crítica artística hace un llamado a la autenticidad, en realidad se asemeja más a la misma libertad de la crítica social como el anhelo social compartido. De cualquier modo, se muestra de manera paradójica cómo ambas críticas quedan asimiladas, deshabilitadas e instrumentalizadas para salvar el capitalismo.

Ahora bien, en el amplio territorio semántico de la economía naranja y creativa, donde términos como la creatividad, la innovación, el emprendimiento, la iniciativa y el talento, se alejan

de la cultura y se acercan a la economía, hay un esfuerzo del neoliberalismo que se basa en un carácter radicalmente inclusivo y emocional donde todo puede ser reproducido según las dinámicas del mercado. De este modo, la economía creativa ve con gran potencial económico a quienes históricamente se han excluido de la lógica del mercado. Esta transformación en los términos da cuenta del modelamiento de un nuevo sujeto. Revisemos el trabajo realizado por Colin Cremin (2003) dedicado a analizar las ofertas de empleo publicadas en un periódico entre 1870 y 2001, allí se puede evidenciar la tendencia desde los años setenta y reforzada en los ochenta sobre el cambio en la retórica de las denominadas “competencias laborales”. El nuevo lenguaje que coincide con el auge del neoliberalismo muestra cómo las emociones, la personalidad, la creatividad, las habilidades de comunicación, la flexibilidad, los afectos, entre otros, han ido en aumento y se imponen como las demandas y habilidades laborales más requeridas, que, hasta la época, aparecían sumamente marginales.

Es desde estos nuevos términos que surge un nuevo sujeto, un sujeto que se asemeja a lo que hemos denominado el *hombre creativo* como figura ideal, en Florida (2010), podemos leer como “...a los miembros de la clase creativa se les paga, sobre todo, para que creen, por lo que disponen de una autonomía y de una flexibilidad considerablemente mayores. Es de notar como el flujo de creatividad, autonomía y flexibilidad que se solicita de las personas está basado en la producción, siendo, como lo menciona Santamaría (2018), la elaboración de conceptos en el neoliberalismo una tarea eminentemente cultural con altos intereses para diferentes fuerzas implicadas como el Estado, su gestión de la educación, la regulación de espacios, hasta los libros de gestión empresarial que, en suma, dirigen el flujo emocional hacia la productividad. De este modo, podemos ver reflejado cómo la economía naranja y creativa tienen la necesidad de expandirse en la educación, en la transformación de las ciudades, pero, sobre todo, en la producción y reproducción de una lógica discursiva en torno a la creatividad. Para Santamaría (2018), la creatividad ya no es un proceso crítico como lo pudo ser en el romanticismo, sino una herramienta necesaria en la gestión y dirección de las empresas, pero, también, de las personas en cuanto pretende instaurar nuevos modos de sentir.

Al respecto, estamos de acuerdo con Puello Socarrás (2018) quien analiza la economía naranja como una respuesta, evidentemente neoliberal, para precarizar a los trabajadores. Bajo supuestos como el paso una especie de "clase creativa" se está invitando y promoviendo el

autoempleo, el free-lance, el trabajo por cuenta propia y el deseo de convertirse en “su propio jefe” o empresario de sí.

Ahora bien, para lograr que los individuos lleven una vida basada en idearios de supuesta libertad y realización como lo son el emprendimiento y la creatividad se hace necesario un “medio ambiente” o “ecosistema” de libertad frente a las acciones y control que toma el Estado. Foucault (2007a) planteaba que desde el nacimiento de la ciencia económica ilustrada, los procesos económicos empiezan a ser vistos como “naturales”, es decir, un lugar que debe dejarse libre del control y jurisdicción estatal de forma directa, abstenerse de tal intervención es a lo que Foucault llama “gobernar frugalmente”, cuestión que se remonta al modo de gobierno del liberalismo (p. 44) y que es crucial para la comprensión e imposición del *homo economicus* sobre el *homo juridicus* en el liberalismo del siglo XX. Con esto comprendemos como con la emergencia del neoliberalismo en el siglo XX, ser ciudadano ya no será más asunto de “derechos” sino un asunto de “emprendimiento”.

Dicho esto, soportamos que el emprendimiento es un pilar neoliberal fundamental para la economía naranja, aunque su apuesta por la creatividad, que puede estar respondiendo a un momento histórico puntual que no nos atrevemos a decir por cuánto tiempo será útil, busca retornar e impactar los aspectos más emotivos y particulares de las personas. Termina siendo una apuesta ética sobre aspectos que configuran el devenir de ciertos sujetos históricos mediante la intervención regulada sobre sus sentimientos, creencias y valores; además, es una muestra del carácter camaleónico que puede cobrar la racionalidad de gobierno neoliberal. Para esto, el uso estratégico del *marketing* y la publicidad como técnicas emergentes para gobernar la dimensión más íntima y sentimental de las personas se vuelve crucial, a esto es lo que Lazzarato (2006) llama *noopolítica*. El *marketing* sigue los lineamientos de la economía política clásica, en tanto el consumidor racional actúa como *homo economicus* que persigue el interés individual. Por lo tanto, el *marketing* tiene como objetivo conocer las prácticas de los consumidores, teoriza y soporta la demanda bajo un soporte “científico”. Bedoya Hernández (2013), plantea que el *marketing* es una forma de intervención en la vida anímica de los sujetos

Para ejemplificar esta cuestión, leamos como Richard Florida (2010) equipara el proceder de la creatividad con la formulación de una campaña de *marketing*:

La creatividad no puede activarse o desactivarse en momentos preestablecidos y porque, de hecho, es una mezcla de trabajo y de juego. Escribir un libro, crear una obra de arte o desarrollar un nuevo programa informático requiere largos períodos de intensa concentración, puntuados por la necesidad de relajarse, incubar ideas y recargar pilas. Lo mismo sucede si se quiere diseñar una nueva campaña de marketing o una estrategia de inversión. (p. 54)

Con esto, vemos como en el solapamiento entre el *marketing*, la inversión y la creatividad, hay una aspiración particular sobre los individuos con miras a aumentar el flujo de capital económico y emocional. Así, aunque la creatividad ha sido objeto predilecto del marketing y la publicidad desde sus inicios, pasa a concebirse como una forma de configurar la propia existencia, es decir, ya no se trata solamente de productos creativos, sino, de promover e incentivar la creatividad como un valor personal que opere como capital humano. No consideramos gratuito que la publicidad y el marketing hagan parte de los sectores que, tanto en la economía creativa de Howkins (2013) como en la economía naranja de Duque y Buitrago (2013), comprenden los sectores donde el valor de los bienes y servicios es fundamental para la propiedad intelectual. Al respecto, Castro Gómez (2010) plantea como el neoliberalismo parte de equiparar a todos los individuos, como lo hace la economía creativa al hablar de la "clase creativa", lugar al que pueden ingresar todas las personas, incluso quienes se encuentran en los márgenes de la sociedad, siempre y cuando hagan uso de la capacidad de incrementar el "capital humano" mediante la creación, la innovación y el emprendimiento (p. 519). Para lograr esto es necesario crear un "medio ambiente" propicio donde la autenticidad y la creatividad puedan emerger y expresarse, un espacio donde se puedan adquirir nuevas competencias inmateriales, que se basa, ante todo, en la libertad que los sujetos puedan hacer lo que denomina Castró Gómez (2010), "*marketing de sí mismos*". Para la economía creativa y la economía naranja, estos lugares son las "ciudades creativas".

En el texto de la economía naranja (2013) encontramos que la base de lo que denominan la revolución naranja se soporta en dos ideas, las «mentefacturas» y las «kreatòpolis». "Las «mentefacturas» son los bienes y servicios que, como el arte, el diseño, los videojuegos, las películas y las artesanías, llevan consigo un valor simbólico intangible que supera a su valor de uso" (p.72), mientras que "las kreatòpolis son las ciudades que soñamos con la Economía Naranja como uno de los principales ejes de desarrollo: donde las mentefacturas son más importantes que

las manufacturas para la creación de empleos y riqueza” (p. 72). Ambos conceptos se entrelazan para poner en evidencia el ideal de la economía naranja y creativa. Así, los autores afirman que los ejemplos de ciudades creativas “se traducen en campañas publicitarias de alto impacto y ejercicios efectivos para el desarrollo social y económico” (p. 155) y, aprender de tales experiencias “permitirá que la producción de “mentefacturas” se conviertan en el motor de desarrollo de nuestras «kreatòpolis»” (*ibid*).

A partir de lo anterior, consideramos que se puede condensar y revelar la manera como la economía naranja y creativa es una propuesta muy clara del ejercicio del poder sobre los individuos. La idea de “mentefactura” es una propuesta que se orienta a convencer a las personas de “jugársela” por la adopción temprana de modelos de negocio, se ve de manera clara el ideal el ideal de empresa característico del neoliberalismo. Por su parte, la idea de kreatòpolis está inspirada en el autor británico Charles Landry quien acuñó el término de ciudades creativas. Duque y Buitrago (2013) lo usan para describir la manera como las ciudades deben favorecer lo que denominan el cuarto periodo de la gran disrupción que se orienta por favorecer el trabajo creativo caracterizado por la producción inmaterial.

Consideramos que el término «mentefactura» instala características de un ideal de sujeto que, a partir de su trabajo intelectual, de su talento, de su creatividad, decide facturar. Lo podemos asociar con las propuestas de Richard Florida sobre la «la clase creativa», la cual también retoman Duque y Buitrago (2013). En los planteamientos de Florida (2010), la clase creativa es la que marca la tendencia del tiempo actual y la que genera mayor riqueza, engloba a todos aquellos profesionales que, o bien trabajan en una rama creativa (publicidad, diseño, arte, incluso derecho o economía, puesto que se les supone cierta «creatividad» en el momento de aplicar sus aprendizajes a la profesión), o bien trabajan en profesiones situadas en lo más alto del escalafón profesional (altos directivos, economistas de grandes cuentas, inversores, etc.) “La clase creativa está muy orientada a grandes ciudades y regiones que ofrecen gran variedad de oportunidades económicas, un entorno estimulante y opciones de ocio para cualquier estilo de vida imaginable” (p. 50). Así, en la creatividad pareciese que se soporta la ventaja competitiva de una clase frente a otras. Sin embargo, para Florida es claro que la creatividad es un impulso que cualquiera puede manifestar, siendo posible para cualquiera pertenecer a la clase creativa, lo importante es que las personas inviertan en ella, como en el capital humano. Esto soporta el estadio camaleónico y

adaptativo del neoliberalismo que se nombra, un espíritu creativo-competitivo (Santamaría, 2018), pero que, en últimas, esconde la lógica del empresario de sí mismo.

La idea de “clases creativas” de Richard Florida (2010) ha surgido por necesidades económicas, su función es generar nuevas ideas, nuevas tecnologías y/o contenidos creativos. Como lo menciona Florida (2010): “El trabajo de todas estas personas consiste en resolver problemas complejos y deben valerse en gran medida de su criterio individual, lo que requiere niveles educativos o de capital humano elevados” (p. 47). Ahora bien, Florida plantea que una de las fallas más significativas de nuestra era se relaciona con la segregación que produce la clase creativa al resto de las clases, ya que las primeras son las que cobran importancia económica, incluso, son las que determinan la creación de “ciudades creativas”, esto es problemático en cuanto hay una equiparación total de los individuos que se funda en el talento individual, en la capacidad o facultad de ser creativos o emprendedores, para Castro Gómez (2010): “En el neoliberalismo se parte de que todos los individuos, aun los que se encuentran en las márgenes de la sociedad, tienen la capacidad de incrementar su "capital humano" mediante la creación, la innovación y el emprendimiento” (p. 51) y, para lograr eso, se concibe todo un medio ambiente o ecosistema que lo permite, tal es la propuesta de la economía naranja.

Leemos en Duque y Buitrago (2013) que: “Las grandes oportunidades de negocio y transformación son para quienes se atreven a encarar la innovación y la adopción temprana” (p.58), agregan que es allí donde encuentra los riesgos, “pero es bien sabido que quien no arriesga un huevo, no gana un pollo” (p. 58). Mientras hacemos esta lectura nos acompaña la imagen de un huevo que, al parecer, pretende hacer la lectura más comprensible, o, tal vez, pareciera que pretende que realicemos una lectura rápida y distraída. Podemos evidenciar como la invitación a asumir riesgos es planteada como una necesidad para quien busca éxito. Si continuamos la lectura del texto nos encontramos con casos ejemplares de personas que han asumido el riesgo de manera exitosa, continua:

De aquí vienen las grandes fortunas de Bill Gates, Steve Jobs, Mark Zuckerberg y Richard Branson, al igual que las de empresas como Google, Amazon, Paypal y Skype, que nacieron tras tomar el riesgo de invertir largas horas de trabajo en ideas “locas” (que otros pudieron tener antes, pero que no se atrevieron a intentar con resolución). (p.59)

Estos casos señalados parecen hacer más cercana la experiencia y provocar una suerte de identificación. Un lector atrapado en la exigencia de éxito que promueve el neoliberalismo y que ha entrado en la “marea naranja” de la lectura podría preguntarse, “Acaso, si ellos pudieron lograrlo, ¿qué me lo impide a mí?”. En el uso de ejemplos reales hay un interés claro por mostrar que, si es posible lograr el éxito a partir de ideas innovadoras y creativas, además, esta búsqueda de identificación también se relaciona con el aspecto emocional y afectivo de los sujetos, sin embargo, nuestra postura crítica nos debe llevar más allá y mostrar aquello que puede ocultar lo meramente discursivo.

Claro está, así como se nos presentan unos ejemplos de casos donde asumir el riesgo ha sido rentable, es claro que no sería conveniente para el texto mostrar estadísticas o cifras de personas que en su intento por emprender o innovar no han logrado tal éxito; tan desalentador no quisiera ser el texto si presentase esto, aunque tal vez sí más cercano con la realidad. Insistimos en que la manera positiva como es presentada la toma de riesgos, casi como una invitación a la mejor fiesta, pero donde debes asumir los costos. Un segundo elemento para resaltar es la equiparación que se hace, tan natural que ya aparece, entre persona y empresa. No es gratuito que los ejemplos a los que somos expuestos se relacionan con las figuras de grandes empresarios que se han hecho de sus propias vidas una marca empresarial, es decir, se ha vuelto indisoluble la vida de Steve Jobs a la compañía Apple.

Ahora bien, una sociedad que se funda en el riesgo se basa en la idea de «responsabilidad individual» y «autocontrol», cómo decía uno de los padres de ordoliberalismo, el economicista Wilhelm Röpke: “Cuanto más se ocupe el Estado de nosotros mismos, menos inclinados nos sentiremos de recurrir a nuestras propias fuerzas” (citado en Laval y Dardot, 2013, p.129).

Ahora bien, al adentrarnos en los planteamientos de Landry (2009) sobre las ciudades creativas, es evidente cómo se sustentan en el rol del Estado que hemos descrito como característico del neoliberalismo. Landry (2009) plantea en su trabajo que la burocracia debe ofrecer espacios para facilitar la creatividad que estén «desconflictualizados», es decir, la actitud de la burocracia debe ser ligera, ágil y flexible. En lugar de centrar el poder y la toma de decisiones, debe eliminar obstáculos y permitir y facilitar la autonomía, su modelo se debe orientar a producir espacios altamente creativos, pero, además, orientados a la producción.

Ahora bien, esta propuesta está orientada bajo una lógica neoliberal que, aunque en sus postulados es sumamente inclusiva, desconoce todo un entramado que determina, permite, e,

incluso, fuerza, la toma de una serie de decisiones y condiciones que atan a las personas a ciertas clases sociales. Así, abusa de ingenuidad pensar que todas las personas pueden hacer parte de la «clase creativa», en la medida que todos pueden despertar ese impulso creativo. Aún más, cuando Florida (2010) menciona que las clases creativas se orientan hacia las grandes ciudades que ofrecen grandes oportunidades económicas, como Boston, Washington y Nueva York; lugares que “tienen algo que ofrecer a todo el mundo: centros urbanos vibrantes, abundantes opciones de ocio al aire libre, y «tecnolandias» residenciales cómodas para los tecnófilos que así lo deseen” (p.51).

Aunque las ideas de Landry (2009) y de Florida (2010) siguen siendo usadas en programas recientes, como la economía naranja en Colombia, el presente nos muestra que el resultado llevó a un puerto equivocado. El ascenso de la clase creativa y de las ciudades creativas no ha producido un crecimiento económico en toda la población, por el contrario, ha intensificado la desigualdad a partir del enriquecimiento de los ya ricos. Como lo indica Wetherell, (2007), 15 años después de sustentar y adoptar planes de desarrollo a partir de las clases creativas, Florida se encuentra con que, por ejemplo, la historia de Londres es la historia de Austin; el área de la bahía corresponde a Chicago, Nueva York, Toronto y Sydney. En donde los ricos, los jóvenes y (en su mayoría) blancos redescubrieron la ciudad, crearon la especulación de la propiedad desenfrenada, el alza de precios de las viviendas y el desplazamiento masivo. La “clase creativa” fue solo la más rica y dominante todo el tiempo, algo que no es problemático para el neoliberalismo ya que cumple uno de sus objetivos fundamentales; mantener el orden económico y social. Así, aunque de la propuesta de acceder a la clase creativa se espera que todos logren mejores condiciones de existencia, en realidad, esto se justifica bajo la generación de un relato que introduce elementos emocionales y afectivos, pero que sólo acentúa condiciones de dominio, como lo menciona Santamaría (2018), este es uno de los modos de *hacer cultura*.

En este punto, ya se evidencian los efectos sociales perversos de lo que podemos denominar la *doctrina de la creatividad*. La captación que el neoliberalismo hace de la creatividad demuestra un monopolio a favor de la figura del empresario de sí que se transforma en un imperativo de responsabilización y *estetización de la vida* con la justificación de favorecer el desarrollo individual y colectivo. Vemos como la economía naranja destaca que el individuo que quiere sobresalir o conseguir algo importante debe estar dispuesto a tomar riesgos, así, hacerse una persona creativa o ingresar en la selecta clase creativa conlleva tomar los riesgos y “aventurarse”, es decir, tanto en el sujeto que lleva su vida como la gestión de una empresa, pero también en aquel que la lleva como

la creación de una obra artística, los sujetos se hacen propietarios de un «capital humano» que se fortalece, como lo recuperan Laval y Dardot (2013) del financiero y fisiócrata Richard Cantillon: “la empresa de sí es una reactividad y una creatividad en un universo donde no se sabe de qué estará hecho el mañana” (p. 351). Lo que veremos es que obedecer al impulso creativo es casi asumir un riesgo que ha sido dado de manera natural, como un impulso o reflejo tan similar y equiparable como la búsqueda del alimento para sobrevivir.

Partamos de que el discurso base de la economía naranja se basa en el neoliberalismo de origen neoclásico que gira alrededor del emprendimiento, leamos la manera cómo se define la dimensión creación (oferta) que comprende la economía naranja. “Es la dimensión en que interactúan ideas y modelos de negocio: artistas y creativos individuales, emprendedores, colectivos artísticos, empresas pequeñas y medianas (*indies*), empresas grandes (*majors*), etc.” (Duque y Buitrago, 2013, p.144). Como vemos, hay una equiparación constante entre la idea y el negocio, postulados que podemos ver como una herencia del economista Von Mises que planteaba el basar la economía en una teoría general de la acción humana, (Laval y Dardot, 2013) de este modo, planteamos que el interés de la economía naranja, al igual que sucedía con la economía clásica, no tiene mucho interés por el conocimiento de las economías reales, sino, por comprender cómo actúa el sujeto en una lógica de mercado. A partir de esto es que Laval y Dardot (2013) plantean que la pregunta se termina orientando por el modo de gobierno de sí.

Leamos en Richard Florida (2011), referente de Duque y Buitrago, una invitación hacia este mismo modo de gobierno. “El reloj de la historia avanza sin cesar. Podemos cruzar los dedos y esperar lo mejor, o podemos emprender acciones que nos permitan avanzar hacia un futuro mejor y más próspero” (p. 5). Como vemos, en el emprendimiento se deposita la esperanza de transformación social e individual en el futuro, esto se relaciona con lo que Laval y Dardot (2013) recuperan de Von Mises sobre el hombre emprendedor, aquel que actúa para mejorar su destino a partir de la especulación, el riesgo y la anticipación.

Ahora bien, el discurso de la economía naranja se ubica en tal idea que supone que todo individuo tiene algo de emprendedor, comparte los planteamientos que desarrolla Von Mises en su texto, *La acción humana* (2018). Allí considera al hombre como un sujeto activo y creativo en el cual no hay que interferir en sus elecciones porque se podría interferir de manera negativa en ese espíritu tan importante para la economía capitalista. En este sentido, Laval y Dardot (2013) mencionan la importancia que cobran los procesos de competencia y emprendimiento para la

acción humana. Dicho de otro modo, acudimos a un momento histórico donde se concibe la acción humana como la capacidad de hacerse cargo de sí mismo en el futuro, es decir, mientras que los hombres están en la capacidad de sacar provecho de su «espíritu creativo» o de su capacidad emprendedora, pueden transformar su situación presente. En palabras de Florida (2010) queda claro el énfasis que tienen este tipo de economías, leamos: “En el seguimiento de los cambios económicos, suelo decir que la economía está dejando de ser un sistema corporativo antiguo, definido por grandes empresas, para convertirse en otro más centrado en las personas” (p. 44), ahora bien, más que decir que las grandes empresas se han terminado, Florida (2010) complementa: “Lo que intento es enfatizar que las personas se han convertido en el recurso fundamental de la nueva era, porque son la principal fuente de creatividad” (p. 45). Lo que podemos entrever con estos argumentos que nutren la economía naranja y creativa es que no interesa tanto la función del emprendedor en el orden social, sino que lo que interesa es que las personas puedan poner en funcionamiento o «despertar» la *facultad*, no sólo de emprendimiento, sino, de creatividad. De este modo, pareciera que la creatividad, tan características de los artistas que llevan un modo de vida flexible, es un imperativo que importa en cuanto se articula a las necesidades urgentes del neoliberalismo. Llevar una vida creativa en cuanto pareciera desprendida de las seguridades estatales responde a tales urgencias. Por ende, según Laval y Dardot (2013), tal capacidad de convertirse en emprendedor debe abarcar diversos aspectos de la vida, incluso llegar a ser emprendedor de la propia vida y, nosotros agregamos, que se plantea ser creador de la propia vida en todos sus aspectos y llevar una vida lo más creativa posible.

En el manual de economía creativa encontramos varias alusiones a la innovación las cuales vemos importantes porque pueden operar como un puente o término intermedio entre esa capacidad de emprendimiento y la creatividad. Según Duque y Buitrago (2013): “Las grandes oportunidades de negocio y transformación son para quienes se atreven a encarar la innovación y la adopción temprana” (p. 58). Así, el mundo contemporáneo busca y promueve a las personas que desatan tan actitud de innovación, a las cuales irán llamando personas creativas. Según Florida (2010): “El acceso a las personas creativas y con talento es a la empresa actual lo que el carbón y el hierro eran a la fabricación del acero: determina dónde deciden ubicarse y crecer las empresas” (p. 45). Con esto, traemos un principio que se ha ido generalizando en las organizaciones que puede condensar de manera vulgar y problemática tal ejemplificación de Florida, cuando se repite, casi de manera automática, que las personas ya no buscan empleo, sino que las empresas captan talento. Ya

Foucault (2007a) planteaba como era en el mercado donde se terminaba por definir la ciudadanía y para Castro Gómez (2010), ser ciudadano con la emergencia del neoliberalismo ya no sería un asunto de “derechos” sino una cuestión de “emprendimiento”, claro está, como lo hemos mencionado a lo largo del trabajo, ser “empresario de sí” es una cuestión que se plantea sobre el sujeto activo y libre. En la lógica neoliberal, la libertad se asocia estrechamente con la libertad de mercado, donde se supone que la competencia y la libre elección conducen al progreso y a la realización individual.

Florida (2011) manifiesta que es el impulso creativo, atributo que distingue a los seres humanos del resto de las especies, al que se le ha dado rienda suelta y se va expandiendo por todo el mundo. Además, el autor rápidamente vincula la creatividad con la economía al definirla como «la capacidad de crear nuevas formas significativas», la cual es la fuente decisiva de la ventaja competitiva. Claro está, aunque el autor no es psicólogo, en su discurso evidencia una tendencia del uso actual de la creatividad a llamarla como un impulso o un espíritu creativo, dando a entender que es algo que emerge de la nada.

Florida (2011) menciona un vínculo fundamental entre la economía naranja y las economías creativas que es la interacción entre la creatividad tecnológica y económica que se ve alimentada por la creatividad artística y cultural (p. 6). Es importante resaltar algo que hemos mencionado anteriormente, se sigue remitiendo al mundo artístico y cultural que sigue cargando de un contenido particular a la creatividad. En nuestra opinión, la racionalidad neoliberal hace uso de esto de manera muy estratégica con el fin de volver a la creatividad un valor económico. Florida (2011) también menciona que la creatividad es el activo máspreciado de nuestra economía. Ahora bien, aunque los planteamientos sobre el *emprededurismo* también son usados de manera estratégica como pilares del neoliberalismo, en estos podemos ver una vinculación con el modelo de empresa, por su parte, al usar la creatividad como pilar del neoliberalismo evidenciamos que el modelo es el artista. No obstante, en ambos casos vemos que los planteamientos de la economía creativa, que son recogidos por la economía naranja, heredan de manera fidedigna los planteamientos de la segunda mitad del siglo XX sobre los planteamientos del capital humano que dan gran importancia al despliegue de las capacidades y habilidades de los individuos para traducirlas en valores económicos (Sennett, 2000; Laval y Dardot, 2003).

Al leer cómo la creatividad se vuelve en el activo económico más importante y que tal característica está presente en todos y emana cómo un impulso o espíritu espontáneo, esto equivale

a pensar, que todos somos acreedores de un capital humano y, si se quiere, de un capital creativo, que lleva al individuo a convertir sus acciones cotidianas en, siguiendo a Castro Gómez (2010), “estrategias económicas orientadas a la optimización de sí mismo como máquina productora de capital” (p. 208). Pareciera que en todas partes se espera que la creatividad haga el trabajo que una vez hizo la industria, que entre y solucione, en nombre del talento individual y la autenticidad, las urgencias por las que atraviese el orden económico. De este modo, aunque las propuestas de la economía naranja y creativa pretenden arrojar a la sociedad a un estado de prosperidad, esta “nueva” economía que sigue soportándose en la *responsabilización* del sujeto a partir de la formación del capital humano y bajo el ideal de empresa como forma de subjetividad, sigue manteniendo unidos los diferentes elementos del neoliberalismo y capitalismo tardío, incluso, profundizando sus crisis y contradicciones. Harvey (2007) condensa en su definición sobre el neoliberalismo el logro de la economía naranja y creativa al plantear que el neoliberalismo es, en primera instancia, una teoría sobre las prácticas de la política económica que propone que el bienestar humano puede ser mejorado a través de la capacidad individual de las libertades y habilidades emprendedoras, dentro de un cuadro institucional caracterizado por el fortalecimiento de los derechos a la propiedad privada y la libertad de mercados y de comercio.

Claro está, hemos notado a lo largo del capítulo que la economía naranja y creativa no se circunscribe a un mero discurso, sino que comprende todo un conjunto heterogéneo de prácticas, decisiones reglamentarias, leyes, enunciados científicos, proposiciones filosóficas y morales. Es a esto a lo Foucault (1985) llama un dispositivo, que se puede dar bajo un programa institucional como la economía naranja o como un elemento que permite justificar una forma de racionalidad, como lo puede ser la creatividad como imperativo de modo de vida. Dicho esto, queremos ver la economía naranja a la luz de la función estratégica que cumple como dispositivo de gobierno.

4.3. El dispositivo creativo de gobierno

Para comprender la pertinencia de pensar la economía naranja y creativa bajo la idea foucaultiana de dispositivo, es menester leer este apartado con el trasfondo de la totalidad del trabajo. Cuando nos referimos a dispositivo pensamos en todo un entramado estratégico que dispone la conducta de los individuos, que se funda y retroalimenta por la relación entre el saber, el poder y la configuración de subjetividad. Los dispositivos disponen de la conducta de los

individuos, no son estáticos, sino que evolucionan y se adaptan a lo largo del tiempo, influyendo en la configuración de las sociedades y las identidades. Son el entramado a través del cual se articulan las relaciones de poder, el saber se produce y se difunde, y las subjetividades se construyen en el seno de la sociedad. En este sentido es que nos atrevemos a hablar del dispositivo creativo como organizador de la vida.

Para comprender el valor estratégico del dispositivo de gobierno, podemos remontarnos a cómo las instituciones jurídicas se ven asimiladas a los dispositivos de seguridad, es decir, son funcionales a una serie de aparatos regulatorios de carácter técnico-administrativo, en donde lo importante no es la justicia sino la utilidad. La eficacia de un dispositivo es que pueda cumplirse el objetivo central de la práctica gubernamental, a saber, que los hombres se comporten "económicamente" y sean capaces de desplegar su libertad conforme a los intereses de una comunidad económica, sin embargo, en su carácter maleable y funcional, puede responder a urgencias que no tenía establecidas a priori, funciona como un *perpetuo relleno estratégico* (Bedoya Hernández y Castrillon Aldana, 2021).

De este modo, el funcionamiento del dispositivo se funda en las tecnologías de conducción de la conducta, que en la racionalidad de gobierno neoliberal busca que todos los ciudadanos persigan su propio interés, porque al hacerlo se favorecerá también los intereses del Estado. Esta suerte de libertad aparente es la que debe hacer perdurar el dispositivo de gobierno a partir de la elaboración de prácticas, reglamentos, proposiciones y demás. Angela McRobbie (2022) ya introdujo el término de dispositivos de creatividad para pensar las estructuras y prácticas que impulsan la producción y promoción de la creatividad en el contexto neoliberal. Estos dispositivos incluyen políticas gubernamentales, estrategias empresariales y formas de autoempleo y emprendimiento. En su análisis, McRobbie (2022) destaca cómo los dispositivos de creatividad pueden operar como mecanismos de explotación y precariedad laboral ya que a menudo se espera que los trabajadores creativos sean emprendedores de sí mismos, asumiendo riesgos y responsabilidades mientras buscan constantemente oportunidades y se adaptan a las demandas del mercado. Aspecto en el cual nos detendremos en el capítulo 6.

Para pensar estas tecnologías podemos retomar el papel que tiene la psicología para legitimar la creatividad, esta se ha convertido en una especie de técnica moderna para adquirir o despertar el espíritu creativo (Osborne, 2003). Podemos suponer que la preocupación de la psicología tiene conexiones con una perspectiva de sociedad del conocimiento en la que los valores

de las ideas y el pensamiento no lineal son primordiales en organizaciones cada vez más flexibles (Gibbons et al., 1994, p. 9). De ahí, que la forma de legitimar la creatividad como un saber verdadero se corresponde de manera estratégica, y eso no significa que sea de manera planeada, con la forma como la economía naranja y creativa hacen uso de este desarrollo ‘científico’ para legitimar las acciones discursivas y no discursivas que orientan la vida de los individuos. De ahí también la importancia que cobra para un dispositivo de gobierno el ámbito de la educación, en particular en la economía naranja y creativa para orientar y prescribir sobre la explosión de la creatividad. En este aspecto ocuparemos el último apartado de este capítulo.

Ahora bien, retomando la cuestión del dispositivo, encontramos que para Dreyfus y Rabinow (2001), el dispositivo busca establecer un conjunto de relaciones flexibles y fusionarlas en un aparato que aísla un problema histórico específico (p. 150). Es esto lo que consideramos que se condensa en la economía naranja y creativa, la reunión del saber y el poder en una grilla de análisis específica. (*ibid*). Así, el dispositivo es, entonces, “el efecto de los anudamientos y espacios que se transforman y re-acomodan por la acción de distintas tecnologías de gobierno” (Ohanian, 2012, p. 7), de este modo, los sujetos se constituyen y se organizan a partir de las prácticas mismas establecidas por las tecnologías del gobierno.

Planteamos que el gran despliegue y alcance de la economía naranja y creativa puede explicarse en la medida que pretende convertirse en un *dispositivo cultural* capaz de formar la conducta de los individuos. Así, el interés expansivo de la economía naranja y creativa en las instituciones, en el trabajo, en la educación, en las leyes y en la vida misma, muestra como se ha terminado por convertir en una red casi doctrinal del uso de la creatividad en todas las esferas de la existencia. Cuando Foucault (2007a) se refería a la locura, la enfermedad, la delincuencia, la sexualidad; nos quería mostrar que el acoplamiento de prácticas-régimen de verdad formaba un dispositivo de saber-poder que marca efectivamente en lo real lo inexistente, y lo somete en forma legítima a la división de lo verdadero y lo falso (p. 37). Así, el interés era mostrar que tanto la política como la economía, siendo cosas inexistentes, se inscriben en lo real a partir de un régimen de verdad. El análisis no parece alejado de la pretensión de la economía naranja y creativa como forma específica de gubernamentalidad neoliberal donde la creatividad es puesta en el centro como algo verdadero que orienta la configuración del trabajo, de la educación, de las empresas y de la forma de vivir en general. En últimas, es en la puesta en marcha de dispositivos que pueden propiciar la credibilidad y condiciones para que los sujetos incorporen nuevas formas de gestión

de sí mismo, particularmente para estas economías, formas creativas, auténticas e innovadoras de ser sujetos.

En definitiva, en este capítulo hemos visto que se ha organizado toda una red gubernamental en torno a la creatividad que puede condensarse en un ejemplo institucional como lo es la economía naranja, pero que no se reduce a esto, más bien, es la respuesta a ciertas necesidades y demandas históricas que ha requerido el poder para perpetuarse. La acción del gobierno muestra su intención de crear dispositivos que hacen emerger y disparar ese «espíritu creativo», era «creatividad latente» que se encuentre en potencia en todas las personas y que puede, ante todo, volverse productiva, ser puesta a trabajar. Por tanto, la creatividad como forma de capital humano puede ser explotada por las personas en la comercialización del talento individual. Así, lo que nos muestra la economía naranja y creativa a partir de su análisis como dispositivo de gobierno es la producción de condiciones de subjetividad que permiten el ingreso en este juego económico donde el sujeto es responsabilidad y percibido como forma de auto empresa.

En estos términos, la economía naranja y creativa puede ingresar en todos esos dispositivos de los cuales Foucault (2007a) se refería como destinados a producir libertad, pero que corrían el riesgo de producir exactamente lo contrario (p. 91), una suerte de sometimiento. Así, los procesos que llevan mecanismos productores de libertad terminan generando efectos destructivos que se imponen. Ese es el equívoco de todos esos dispositivos a los que Foucault (2007a) llama «*liberogenos*». Así, el neoliberalismo ha obtenido grandes beneficios por el mantenimiento del ideal de libertad como un anhelo social compartido. La libertad es «el correlato de los dispositivos de seguridad» que Foucault (2007a) describió en el *Nacimiento de la biopolítica*, el análisis foucaultiano de la biopolítica devela que esta libertad, que era central en el keynesianismo, queda radicalmente subordinada a la libertad de la empresa y del empresario. Se trata, sobre todo, de fabricar y organizar la libertad de los empresarios. La economía naranja y creativa evidencia este uso estratégico de la promesa de creatividad, que, fundamentalmente, esconde la exigencia de libertad que acompaña al capitalismo desde sus inicios, pero que, para sobrevivir, termina siempre obligado a detenerla en determinado momento (Boltanski & Chiapello, 2002, p. 550). Así, “[...] la liberación prometida es sustituida por una nueva forma de esclavitud” (Boltanski & Chiapello, 2002, p. 538).

Recordemos la economía naranja de Duque y Buitrago (2009) y en la economía creativa de Howkins (2013) y Florida (2010) donde la creatividad se imponía en todos los aspectos de la vida

con el objetivo que pudiese ser traducida en valor económico, se impone un espacio de explotación que es producido por los propios explotados, al concebir la creatividad como modo de vida, terminando enfrentados a altos niveles de precarización en tanto que empresarios de sí dentro de un sistema. Este podríamos decir que es el logro bajo el que se soporta y al que responde el dispositivo de gobierno de la economía naranja y creativa. En suma, generar las disposiciones para que los sujetos orienten la existencia en la creatividad como valor supremo de la vida, los hace presos y responsables del destino de sus vidas en cuanto, a partir del despertar de la creatividad pareciese que pueden transformar sus vidas. Retomamos a Santamaría (2018) cuando menciona que la producción de las condiciones de subjetividad necesarias como trasfondo del proceso creativo no tiene en cuenta en ningún momento la precarización, las nulas condiciones laborales o la desprotección. El mismo Florida (2011) ha planteado que “las personas quieren aprender, adquirir nuevas competencias y aumentar sus capacidades y la seguridad en sí mismos, mediante la formación, el desarrollo y la promoción interna” (p. 153), pero en ningún lugar nos hablan de la precariedad o inestabilidad que puede implicar esto, aún más, nos invitan constantemente a asumir riesgos como una oportunidad de mejorar constante. En suma, el Estado se ha desvinculado de todas las condiciones de seguridad de los individuos, pero los invita constantemente a asumir riesgos para generar valor económico, en este sentido, la precariedad y la explotación se vuelven culpa del sujeto creativo, que, a lo mejor no ha sabido aprovechar las oportunidades. Así pues, la creatividad en su forma más instrumental y acrítica termina siendo un eslabón para afirmar el sistema y que busca hacerlo más efectivo y abarcador, capturando todo tipo de subjetividad, por más particular que parezca. En este sentido, el sujeto creativo parece que es autosuficiente en cuanto creativo, orientado hacia fines económicos concretos al tiempo que hacía una *despolitización* o destrucción de la actitud crítica de cualquier tipo.

Actualmente vemos que la creatividad inunda toda una serie de literatura económica, psicológica, empresarial, de autoayuda, entre otros; se ha expandido y convertido en un concepto altamente moralizante que esconde la permanencia del sistema y del modelo productivo, pero, ante todo, el llamado a un sujeto empresario de sí mismo. Así, el neoliberalismo dibuja un panorama donde la creatividad ya no le pertenece al artista, sino que está a favor del emprendedor (Santamaría, 2018). Es más, incluso el artista debe aprender a ser creativo, evidentemente en cuanto empresario de sí.

Retomemos la idea de dispositivo de sexualidad que recuperan Dreyfus y Rabinow (2001) de Foucault que nos permite abordar este dispositivo contemporáneo en clave de tecnología del yo.

Esta convicción de que la verdad puede ser descubierta a través del autoexamen de la conciencia y de la confesión de los propios pensamientos y actos se nos presenta ahora como tan natural, tan convincente y por cierto, tan autoevidente, que parece poco razonable plantear que este autoexamen sea un componente central en una estrategia de poder. (p. 206)

De manera similar opera el dispositivo contemporáneo de la creatividad. Parece responsabilidad de los sujetos acudir a la creatividad, la cual está puesta en todos de manera natural, es decir, la estrategia del poder se sostiene bajo una lógica de libertad que permite a los individuos hacer de su vida lo que le plazca, claro está, la dinámica favorece a quienes invierten en educación, formación, cultura y demás piezas que pueden generar ventaja competitiva. De ahí, que la oferta del Estado para que el individuo se forme a partir de un sistema educativo regulado e intervenido que llame a la reinversión constante de la creatividad. No es gratuito, como lo hemos mencionado, que la economía naranja haya puesto gran parte de su interés institucional en la intervención educativa, en la manera de formar a los individuos en un ecosistema basado en la creatividad. La educación comienza a plantearse con la finalidad de que cumpla con la importante tarea de afianzar el espíritu creativo y, de este modo, adherir a los sujetos a un complejo entramado de inversión en sí mismo, de autoformación. El objetivo es tanto generar capital humano como público desprendido de la participación política.

Este papel de la educación para la conformación, legitimación y mantenimiento de un dispositivo de gobierno es crucial. Por esto, abordamos a continuación una reflexión del uso estratégico que hace la economía naranja y creativa soportando sus postulados en la educación.

4.3. Ser creativo y emprendedor desde la educación. El neoliberalismo y la promoción de la «autoformación»

En nuestro trabajo, hemos mencionado que acudimos a un momento histórico de las relaciones sociales que se caracterizan por un alto individualismo y competencia entre los

individuos, en gran medida promovido por la racionalidad neoliberal que promueve a ciertos tipos de sujetos basado en la economización de la vida (Vásquez, 2005; Castro Gómez, 2015; Laval y Dardot; 2013, Brown, 2017; Han, 2017). Ahora bien, esto no es ajeno a la experiencia educativa que se viene construyendo desde la pura instantaneidad. La educación también ha sido capturada dentro de una trampa economicista y de la inmediatez, que, entre otras cosas, debe otorgar habilidades que sean útiles de manera rápida (Bauman, 2008). Ya desde la década de los 60's, Myers (1960) había denunciado la tendencia de la educación a ser un producto antes que un proceso, concibiendo la educación como algo que se obtiene de manera acabada. (*Ibid*).

Duque y Buitrago (2013) retoman en su texto sobre la economía naranja la sentencia de Sir Ken Robinson que dice que los sistemas de educación formal actuales militan en contra de las fuerzas creativas, de la curiosidad, la imaginación y la intuición (p. 190). En base a los planteamientos del capital humano, se espera que la educación sea un producto, una adquisición. Así, puede ser pensada como una herramienta muy poderosa que se alinea con el discurso neoliberal para formar ciertos sujetos acabados, determinados por sus saberes. Un sujeto capaz de gestionar sus propios valores, en este sentido, el mundo de hoy entiende la educación ya no como formación sino como autoformación (Restrepo Gallego, 2015), es decir, aunque el proceso educativo si implica un proceso de formase de manera autónoma, en el neoliberalismo se percibe que la autoformación se debe dar en unos marcos muy específicos que terminan siendo estratégicos para mantener la forma de gobierno de los cuerpos. Pareciera que se encarna la promesa de “hazte a ti mismo” en una sociedad donde devenir como empresario de sí mismo aparece como una máxima. De este modo, la economía naranja y creativa están de acuerdo con «responsabilizar» a los sujetos ante su deber de aprender. Sin embargo, según Laval (2004), “más que una respuesta a las necesidades de autonomía y realización personal, lo que dirige esta pedagogización de la existencia es más bien una obligación de supervivencia en el mercado de trabajo” (p. 90).

En el discurso de la economía naranja y creativa se plantea cómo el sujeto debe sacar provecho de sus saberes inmateriales, provocar su creatividad, mercantilizar el talento y darle un valor real a la cultura, considerando que lo real es su valor económico. Para lograr el impacto que desea, hemos visto como consolida la política integral de la economía naranja a partir de la Ley 1838 de 2017 y los decretos 1935 de 2018 y 1204 de 2020 que señalan al SENA como uno de los brazos operativo de la economía naranja, es decir, en esta institución se debe promover la formación de cierto tipo de sujetos determinados, altamente creativos y capaces de mercantilizar

las ideas y la innovación. Aún más, la OCDE (1992) trata de inculcar el «espíritu de empresa» que lo define como la adquisición de “ciertas disposiciones, aptitudes y competencias del individuo: creatividad, iniciativa, aptitud para la resolución de problemas, flexibilidad, capacidad de adaptación, asunción de responsabilidades y aptitud para el aprendizaje” (p.30).

Para Bauman (2008), “hoy el conocimiento es una mercancía; al menos se ha fundido en el molde de la mercancía y se incita a seguir formándose en concordancia con el modelo de mercancía” (p.30). Vemos cómo el discurso económico se ha inmiscuido en todos los saberes y la educación no es la excepción.

Al presentarse la economía naranja como una gran oportunidad para que la población colombiana, sobre todo para la juventud, invita a transformar sus ideas en bienes y servicios culturales. De este modo, el trasfondo de la economía naranja está en la ideología neoliberal del emprendimiento (Puello Socarrás, 2018) y compone las industrias culturales y creativas, en las cuales se presupone un alto nivel de desconexión de la vida social a favor del capital y que promueve a un sujeto individualista, altamente creativo, el prototípico “empresario de sí”. Se trata de permitir y promover la realización personal en cuanto representa fuente de ganancia para el Estado y la empresa, es tal la apuesta de la economía naranja. En su lógica argumentativa, la forma como los individuos invierten en sí mismos a partir de la educación parece “permitir que los individuos se «se protejan ante el riesgo» que se corre cada vez más en el mercado de trabajo sin dejar de satisfacer las expectativas de las empresas en materia de innovación y de creatividad” (Laval, 2004, p.91). Así, estimular a los alumnos a desarrollar un espíritu emprendedor, estimulando su creatividad, su capacidad de asumir riesgos y de aprender de los errores con el fin de hacer crecer económicamente un país. Esto queda de manifiesto en la denominada revolución del talento del Foro Económico Mundial (2016) donde se plantea que para que la revolución del talento tenga lugar, gobiernos y empresas necesitarán modificar profundamente su enfoque de la educación, de las competencias y del empleo, así como de la forma de trabajar los unos con los otros. Las empresas necesitarán situar el desarrollo del talento y su estrategia sobre el futuro de la fuerza laboral, en el núcleo mismo de su crecimiento. Las compañías no pueden ser por más tiempo meros consumidores pasivos de un capital humano «preconizado». Requieren una nueva mentalidad para cubrir sus necesidades de talento y optimizar, a un tiempo, las consecuencias sociales. Los gobiernos precisarán reconsiderar, desde sus fundamentos, los actuales modelos educativos. Conforme la cuestión devenga más urgente, los gobiernos necesitarán demostrar un

liderazgo más atrevido a la hora de aprobar cambios en los currículos y en la regulación del mercado laboral que en algunas economías se retrasaron durante décadas

En este sentido, la empresa ha de reinventarse constantemente para capturar y sacar provecho del talento de las personas. Por su parte, la educación sufre una transformación promovida por el gobierno para que se adapte y responda a las necesidades del mercado laboral, no es gratuita la apuesta de los gobiernos para que las instituciones inviertan en el desarrollo de las nuevas áreas de la información y comunicación. Así, la educación es fundamental para llevar a cabo la estrategia del poder destinada a formar una subjetividad particular enmarcada en un dispositivo gubernamental que configura tanto el modo de relacionarnos con nosotros mismos como con los demás. Es una formación que se basa en los principios neoliberales de competitividad e individualismo, pero que ahora viene disfrazada de creatividad o talento. Leamos la manera como el Foro Económico Mundial describe el talento en 2016:

El talento creativo será el encargado de abrir nuevas puertas a la forma de producir, de vender, de rentabilizar. Hará falta creatividad para adentrarse en territorios desconocidos, pero también talento para entender que la raíz de lo nuevo puede estar en lo ya conocido (de un palo y un trapo surgió la fregona), y aptitud para asumir la creatividad más como transpiración que como inspiración. (párr. 12)

Al respecto, ya hemos sido enfáticos de la manera cómo se deposita en la creatividad la transformación de la sociedad, una creatividad que se vuelve tan natural que se asemeja a un proceso de transpiración o de aptitud. Ahora bien, en un mundo que pareciera neutralizar la relación con el otro a partir de la “autoformación”, pareciera anular toda posibilidad de encuentro. Así, como lo indica Santamaría (2018), parece que la meta en la educación es formar un caldo de cultivo donde la competitividad se imponga a cualquier impulso cooperativo.

La lectura la podemos realizar desde un intento de renovación tecnocrática de las décadas de los 60 y 70, toda dirigida hacia intenciones libertarias de iniciativa y creatividad que desembocó en la mutación gestor-empresaria y en la definición de una nueva organización y de nuevos principios de gestión, con frecuencia titulada pomposamente «el pilotaje del sistema educativo». (Laval, 2004. p. 303).

Claro está, es el modelo de empresa el que termina gestionando los procesos educativos en la medida que son las que han de producir sujetos acordes a la necesidad adaptativa del mercado. La ideología de la innovación y la creatividad pasan a considerar el espacio de trabajo como un espacio de libertad, pero este espacio de renta pasa a ser la propia vida. Parece clara la importancia de la estabilidad y seguridad para la economía de la nación o para mantener el poder, pero no parece así para los ciudadanos. Se trata de una producción determinada de subjetividad canalizada hacia fines económicos al tiempo que hacía una *despolitización* que se agota en una fuente mayor de creatividad subjetiva, anulando la significación política.

Según Restrepo Gallego (2015), la dialéctica de la mismidad y la otredad está presente desde siempre ante el sujeto como sí mismo que se afirma frente a otro distinto de sí, mediante la narración es inscrito en una comunidad y cultura determinada que lo realiza en interacción con los otros. En esta relación necesaria con el otro radica la transformación del mundo y la configuración bidireccional de los sujetos, un ejemplo de esto puede ubicarse en la relación que establecen el alumno y maestro como cómplices de una formación y transformación permanente. Relación que queda entredicha cuando el sujeto es lo suficientemente creativo para educarse a partir de la «autoformación».

5. Psicología, creatividad y promoción del individualismo

En el capítulo 2 hemos abordado la manera como la psicología cumple una función legitimadora de la creatividad en cuanto discurso verídico. Hemos mostrado cómo el término se ha resistido a ser definido de una manera estable y, más bien, se ha movilizó según ciertas demandas históricas y sociales. En este capítulo profundizamos en textos que han tenido gran acogida y numerosas ventas al señalar, basados en principios de la psicología, la pertinencia y necesidad de evocar la creatividad para, en términos psicológicos, lograr un desarrollo personal, alcanzar el *Flow* o la autorrealización. En suma, como ya lo planteamos desde el apartado de la psicología como ciencia predilecta de la creatividad, su función dentro de una racionalidad de gobierno neoliberal es estratégica, sumamente eficaz para responder, desde el campo del *saber*, a necesidades particulares del gobierno.

El análisis lo hacemos, sobre todo, basados en los textos: *Creatividad: El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención* (1998) de Mihaly Csikszentmihalyi, pionero de la psicología positiva y el texto *El espíritu creativo* (2016) de Daniel Goleman, Paul Kaufman y Michael Ray. Ambos textos soportados desde la psicología y que se vuelven altamente prescriptivos sobre cómo llevar una vida creativa. También tomaremos referencias de otro psicólogo alemán, Frank Berzbach, quien en sus textos *el arte de llevar una vida creativa* (2017) y *Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo* (2013) responde a aquellas personas que desean llevar una vida creativa como principio fundamental del éxito. No obstante, debemos mencionar que el trabajo con estos textos no es hermético, en la labor de dar cuenta de nuestro fenómeno, podremos recurrir a otro material prescriptivo.

5.1. La psicología y su entramado estratégico

En vía de lo que hemos estado desarrollando, y siguiendo a Deleuze (1998), la subjetividad es un proceso, no partimos de pensarla como un ente o un existente en sí. En este sentido, abordamos el uso que se hace de la psicología como saber que legitima la construcción de cierto tipo de subjetividad a partir de determinar las condiciones, prácticas y demás elementos que el individuo debe llevar a cabo para llevar una vida creativa. La subjetividad contemporánea se ha

psicologizado (Vásquez, 2005; Álvarez-Uría, 2006; Castro Orellana, 2014); y particularmente en la instauración del discurso de la creatividad, el saber psicológico está llamado a tener un papel protagónico.

Los saberes *psi* han ocupado un lugar estratégico en la conducción y subjetivación de las personas. Desde el siglo XIX han desempeñado un rol fundamental, sin embargo, es en el gobierno neoliberal donde vemos un uso privilegiado bajo la instauración de regímenes de verdad sobre la condición humana que pretenden ser universales, tal es el caso del uso que se hace de la creatividad como aquella condición *necesaria* que promueve el gobierno neoliberal para tener una vida exitosa. Es en gran medida la psicología el saber que ha desarrollado tal idea. En este sentido, aparece la psicología como una ciencia altamente prescriptiva que justifica y soporta el uso y despertar de la creatividad a partir de técnicas, tecnologías, recomendaciones y *tips* para llevar una vida creativa y encaminada a la autorrealización o la felicidad.

Ahora bien, la instauración y fortalecimiento de la psicología como saber de gran utilidad para los gobiernos no se ha dado de manera aislada y ahistórica, esto obedece a ciertos valores y normas. En este sentido, no podríamos pensar la instauración del saber psicológico en el liberalismo sin su reafirmación de la problematización de los cuerpos y la regulación biopolítica de la sociedad, es más, la psicología adquirió un estatuto importante por su papel de resolver problemáticas importantes. Según Rose (1996), las concepciones psicológicas de inteligencia, personalidad y actitudes triunfaron en cuanto responden a los requerimientos disciplinarios de una época. De este modo, la psicología ha planteado modelos ideales de inteligencia soportados en algunas premisas que se consideran verdaderas y sugiere maneras para que los individuos y colectivos orienten sus vidas para tener una inteligencia o coeficiente intelectual adecuado. Estamos de acuerdo con Rose (1996) en comprender los objetos de la psicología como construcciones históricas, además, como lo menciona Bedoya (2018), esto también responde a un carácter estratégico al presentarse como solución a los problemas de la existencia y conducción de la vida tanto individual como colectiva.

Rose (1996) también muestra la intervención fundamental de la economía y el mercado *psi* en la instauración del saber en el gobierno. En este sentido, nos parece fundamental poner en evidencia lo determinante que ha sido la reproducción técnica y acelerada, no sólo del contenido disciplinar de la psicología, es decir, de los conceptos, definiciones y elaboraciones teóricas que considera como verdaderas, como puede ser la felicidad; sino, y fundamentalmente, de la reproducción de las técnicas y prácticas prescriptivas de la psicología de las cuales se podría sacar

provecho para conducir la vida de los individuos y las personas; entre estas, podemos pensar en las prácticas de meditación o de conciencia plena que se han popularizado en los últimos años y que ayudan a acercarnos a la felicidad. Sin la presencia de tales condiciones sería difícil pensar en la masificación de un saber.

Hacer énfasis sobre el soporte técnico es importante, ningún saber o discurso se masifica y se instauro en los modos de vida sin las condiciones de reproductibilidad adecuadas. Sobre la importancia de este elemento ya hemos profundizado y teorizado en el capítulo 2, sin embargo, la reproducción en nuestra era digital es sumamente rápida y las redes sociales virtuales se han convertido en la estrategia de difusión más usada. Los contenidos prescriptivos para que las personas despierten la creatividad, sean más creativas, busquen soluciones creativas a las dificultades de todo tipo (económicas, psicológicas, familiares, de pareja, etc.) o lleven una vida creativa como tal; han inundado el mercado. Estrategias de comunicación y difusión rápida como los *reels* (vídeos cortos), la sobreoferta de cursos rápidos en línea y publicidad física y digital nos las topamos por doquier. Es más, y nos parece muy importante resaltarlo, más allá de la existencia de un mercado explícito de la creatividad donde se debe pagar para acceder a un bien o servicio, encontramos que las instituciones gubernamentales también hacen uso constante de la creatividad en la formulación de sus programas, proyectos, leyes y políticas públicas. Todo este armazón nos lleva a que actualmente estemos presenciando el surgimiento de la *Psicología de la creatividad* y, claro está, nuestro énfasis se concentrará en su funcionamiento prescriptivo que determina el ámbito de regulación social, dominio político y juicio ético, en últimas, de la construcción de una subjetividad particular. Como vemos, ya no es necesario hacer cuerpos dóciles por medio de la violencia o castigos ejemplares, sino con otros medios, como el uso tecnológico.

Llevando esta analítica a la actualidad y a nuestros intereses, la construcción psicológica del concepto de creatividad no escapa a ciertas ataduras y necesidad del presente. Nos topamos con todo un entramado de saber con soporte técnico que promueve el despertar y mantenimiento de la creatividad como condición humana deseable. Nuestra hipótesis sugiere que tal aparataje ha crecido de manera significativa y determinante en los últimos años constituyendo y promoviendo un modo de vida ideal orientado en este discurso, pero que en esencia responde a las necesidades económicas del modo de producción capitalista y del modo de gobierno neoliberal de reafirmarse y mantenerse.

La presencia de la creatividad como una condición humana relevante puede ser equiparable con el abordaje que hacen Edgar Cabanas y Eva Illouz (2019) sobre la inteligencia emocional, se vuelven conceptos cruciales en una economía donde la responsabilización de la persona sobre su realización es el interés, además, de ser el resultado de la atribución normativa que se ha atribuido la profesionalización de los psicólogos en crear las normas de la vida emocional. En términos prácticos, esto lleva a la población a responder y enfrentar los problemas de la vida cotidiana con el uso de la creatividad para alcanzar estados que también han sido objeto de la psicología, como la felicidad o la autorrealización.

Abordamos en este capítulo tres elementos que hemos encontrado de manera repetitiva en la literatura contemporánea sobre creatividad, que, además, históricamente han sido fenómenos abordados por la psicología; las necesidades humanas, la felicidad y técnicas relacionadas con el manejo de situaciones estresantes. Iniciamos abordando la reiterativa invitación que se da al despertar de la creatividad como una necesidad humana; luego, damos un espacio para pensar la relación entre la felicidad. Finalmente, presentamos la importancia de las técnicas para alcanzar la creatividad, centrándonos en el caso del mindfulness.

5.2. El despertar de la creatividad como necesidad humana

Partamos con una afirmación que hace Goleman y su equipo (2016): “Seas quien seas, el espíritu creativo puede entrar en tu vida. Está al alcance de todos los que sientan la necesidad de probar, de explorar nuevas posibilidades, de dejar las cosas un poco mejor que antes” (p. 17). Tal carácter completamente inclusivo puede ser problemático, sobre todo, si no podemos establecer de manera clara si la creatividad es algo que todos pueden desarrollar. Ahora bien, en esto radica la pertinencia de sustentar en la creatividad la posibilidad de desarrollo personal y éxito. Recordemos cuando en el capítulo 2 mostramos cómo la creatividad ha surgido como un concepto opuesto a la inteligencia, y, en ese sentido, siendo algo a lo que todos pueden llegar, logra equiparar a todos los individuos. Parece que, de entrada, la única condición radica en sentir esa necesidad de explorar nuevas posibilidades.

Continuando con la lectura del *espíritu creativo*, nos encontramos con que es algo que estaba presente “en la vida de Martin Luther King (...). Pero (...) también en el cocinero arriesgado que inventa nuevas recetas cada día o en la maestra inspiradora que encuentra constantemente

nuevas formas de despertar el entusiasmo de sus alumnos” (p. 17). Así, se sigue señalando que el espíritu creativo es algo que todos pueden despertar. No obstante, en la forma de ejemplificar también se evidencia una identificación con personajes históricos que, según esto, han movilitado sus intereses y transformaciones sociales a partir del despertar de este espíritu creativo. Es así cómo se afirma en el texto que “las formas en que gente de todo el mundo utiliza su espíritu creativo para encontrar respuestas innovadoras a ciertas apremiantes necesidades humanas” (p. 19). Sería muy aventurado de nuestra parte suponer que los personajes más recordados de la historia lo han sido por su capacidad creativa, pero también lo sería decir que una maestra lo es en su día a día al despertar el entusiasmo de sus alumnos, esto, más bien, parece reflejar que la creatividad termina siendo aplicable a cualquier experiencia humana, funcionando como una suerte de comodín que se acopla fácilmente a múltiples circunstancias. Sobre esto, Santamaría (2018) muestra que de lo que se trata no es tanto de vender la creatividad como de generar un espacio más amplio donde es posible situar la creatividad como un valor personal, capaz de moldearse como capital humano. Así, si nos preguntamos ¿Quién es el sujeto de la creatividad? la respuesta parece sencilla: cualquiera. Cualquiera puede ser creativo en la medida que evoque esa necesidad.

Este mismo dogma es difundido por otros autores como Richard Florida (2010) quien, incluso, se atreve a llamar a la necesidad de fundar un nuevo contrato social fundado en la creatividad, señala que “el verdadero contrato social de nuestra era debería partir del principio de que todas las personas tienen el derecho fundamental a desarrollar su talento creativo” (p. 279). Tales afirmaciones, tienen implicaciones subjetivas para los sujetos en la medida que son delegados de toda responsabilidad, es decir, “se espera que se las arregle por sí mismo (y se le culpa por su incapacidad de prosperar) y se espera que actúe por el bienestar de la economía (y se le culpa por la incapacidad de ésta para prosperar” (Brown, 2017, p. 177). De este modo, vemos que la creatividad es entregada al sujeto como una necesidad, no sólo de producir creatividad, sino de ser él mismo un producto creativo, pero no tanto para que se desarrolle como tal, sino, para que aporte al desarrollo económico.

Según Berzbach (2013), profesor de psicología y pedagogía de la Universidad de Colonia, Alemania, los psicólogos definen la creatividad como “la producción de ideas novedosas y adecuadas en cualquier ámbito de la actividad humana” (p. 9), como vemos, la creatividad ya no se limita a ciertas disciplinas o conocimientos particulares que se caracterizan por la invención o producción de algo nuevo, la creatividad aparece en cualquier ámbito de la vida, como si fuese

omnipresente. Recientemente los psicólogos se han interesado y han hecho un desarrollo muy amplio de la creatividad y la necesidad imperante de hacer uso de ella.

Dice Berzbach, en su texto, *Psicología para creativos, primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo* (2013): “La incapacidad de percibir las propias necesidades tiene orígenes en la propia historia personal” (p. 156) y recomienda a las personas que no puedan detectar esto ir a terapia. Podemos evidenciar que “despertar” la creatividad ya no es un acto creativo en sí mismo, se orienta hacia el rendimiento y, en últimas, hacia una necesidad de permanecer en el sistema económico, esto demuestra como las necesidades han sido desprendidas de su componente social y han sido instrumentalizadas por el saber psicológico y su uso gubernamental. Además, estamos presenciando la evidencia de un conocimiento positivo o verdadero del hombre, como lo mencionaba Rose (1996), en cuanto los sujetos son clasificados entre los que logran evidenciar sus necesidades como condición necesaria para el “despertar” de la creatividad y quienes no, siendo estos últimos individuos patologizados.

En estos manuales nos encontramos no sólo con definiciones y múltiples ejemplos de la importancia que se le da a la creatividad en múltiples aspectos de la vida, sino que nos brindan herramientas para lograr despertar la creatividad o ponerla en práctica, “El único requisito es que tus habilidades se adecuen tan perfectamente a las exigencias del momento que desaparezca toda inhibición” (Goleman et al., 2016, p. 61). Además de este requisito, los autores proponen cuatro herramientas para lograr desarrollar la creatividad: (1) Fe en tu creatividad, (2) ausencia de crítica, (3) observación precisa y (4) preguntas agudas.

Pasemos a analizar cada herramienta. Con respecto a la primera: “Tener fe es «saber» que hay en tu interior un poder que siempre está disponible para ti. Tu creatividad puede convertirse en eso para ti, y la fe en ella fortalece su presencia en tu vida cotidiana” (Goleman et al., 2016, p. 82). Puede parecernos sorprendente que tales afirmaciones sean planteadas desde la psicología ya que parecen no tener ningún soporte investigativo, más bien parecen basarse en la especulación y se suelen soportar con constantes ejemplos de unas cuantas personas que han alcanzado la creatividad con estas herramientas. Ahora bien, como en nuestro trabajo no nos centramos en validar o no la lógica interna de la psicología, si debemos decir que como ciencia que legitima la conducción de la conducta, opera como una *tecnología para el cálculo de la subjetividad* que orienta el trabajo que los sujetos deben llevar sobre sí mismo. Como lo menciona Bedoya Hernández (2018): “La

promesa de las psicociencias fue el logro de la simplificación de las complejidades de lo humano para contribuir a la gubernamentalidad de las personas y las poblaciones” (p. 238).

La segunda herramienta se refiere, básicamente, a censurar la voz interior de autocrítica que limita las ideas, para esto nos recomiendan practicar ejercicios de respiración (*ibid.*). Al respecto, aunque estas herramientas parecen centrarse en un comportamiento individual, la censura a la crítica es algo que la racionalidad de gobierno neoliberal pone en práctica. En este sentido, podemos asumir que la psicología está enmarcada en un entramado estratégico al que debe responder y comienza a generar y transformar un nuevo concepto de creatividad propio que lo comienza a alejar de cualquier manifestación crítica, como lo menciona Santamaría (2018), lo despolitiza y lo pone a funcionar. De este modo, cuando leemos que la propia crítica atrofia la creatividad, consideramos que esto responde a una necesidad gubernamental de mantener el control sobre los sujetos y evitar la acción política.

La tercera herramienta, la observación precisa, significa ver el mundo con el asombro de un niño y la precisión de un científico y para la cual los autores dan una recomendación: podrías programar tu reloj para que suene a determinada hora y te recuerde que debes estar plenamente consciente de todo lo que te rodea en ese momento (*ibid.*). La cuarta herramienta es tu habilidad y tus ganas de hacer preguntas que van al fondo de la cuestión (*ibid.*). Sobre estas dos herramientas podemos comentar la dificultad para separarlas de la vida cotidiana, es decir, hemos manifestado que el despertar de la creatividad tiene un interés eminentemente económico, así, cuando encontramos este tipo de herramientas que se expanden a todas las esferas de la vida, encontramos que los sujetos deben estar en función de ser creativos todo el tiempo.

Ahora bien, la noción de hacer uso de la creatividad como una necesidad humana se puede soportar en algunas teorías canónicas de la psicología. Por ejemplo, con respecto al tema de la creatividad y la autorrealización en Abraham Maslow (2001) quien, tras años de analizar las características de personas exitosas en el campo personal y profesional a quienes denominó como “verdaderamente humanas” por poseer un alto nivel de autoconciencia y bienestar psíquico, llegó a la conclusión de que la autorrealización sólo era posible gracias a altos niveles de creatividad que configuraban una forma particular de ser, además, tras analizar los estados mentales propios del acto creativo, Maslow (2001) definió la creatividad como un proceso de inherente tensión y búsqueda de equilibrio, en el que coexisten estados mentales mutuamente excluyentes como serían, por un lado, la despersonalización y, por otro, la integración consigo mismo y con el mundo.

Resulta de interés señalar que los manuales sobre creatividad empresarial garantizan que es posible llegar a ser creativo por medio del seguimiento de pautas e instrucciones precisas y que, por lo tanto, la puede ser aplicado a los más diversos ámbitos de la vida humana y, que, en caso de desarrollarla, conlleva a ser “verdaderamente humanos” (Maslow, 2001).

No es gratuito que Maslow haya encontrado en la creatividad la “llave” que le faltaba a su teoría sobre la autorrealización. Bedoya Hernández (2018) menciona que esta corriente de la psicología humanista no dotó de contenido a la autorrealización y la dejó en la incertidumbre, generando en los sujetos una continua sensación de no estar realizados. Si bien estos postulados son producto del rigor investigativo en distintas áreas psicológicas, vale señalar que ellos sostienen representaciones legitimadas sobre un sujeto creativo y autorrealizado que estima de manera positiva la tensión y es capaz de lidiar con ella para producir algo más, es decir, la propia autoexplotación.

Ahora bien, debemos detenernos en pensar lo “verdaderamente humano” a lo cual se llega por medio de la creatividad. Si partimos de pensar, en la lógica de nuestro trabajo, que lo humano no es nada en sí mismo, sino algo construido y regulado dentro de un marco de tensión entre lo verdadero y lo falso, estamos de acuerdo con Piñeres Sus (2017) al concluir que “lejos de estar por fuera del influjo del poder, la existencia de los seres humanos está atada a unas políticas” (p. 299), referidas, claramente a “políticas de lo humano” y “el hecho de que lo humano es decidido, y sólo porque es decidido entonces conceptos como identidad, diferencia y formación encuentran su uso” (pp. 299-300). De este modo, llegar a hablar de algo “verdaderamente humano” producido por la creatividad sólo nos lleva a pensar en cómo el término se ha convertido en pura ideología. Benjamin (2003) en el prólogo de *la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* argumenta que, para pensar el desarrollo del arte bajo las condiciones de producción de la época, deja de lado conceptos heredados de manera acrítica que han llevado a la elaboración de contenido fascista, conceptos como “creatividad” y “genialidad”. (p.38).

Ahora bien, los postulados de Maslow no se circunscriben sólo a la psicología, el economicista Howkins plantea en su texto, *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas* (2013) que, partiendo de la pirámide de las necesidades de Abraham Maslow, postula una de las razones por las cuales la economía basada en la creatividad será la dominante en el siglo XXI. Retoma la teoría del psicólogo norteamericano y expone que nuestras primeras necesidades son aire, agua y comida; y si el ambiente es hostil, refugio y seguridad. Luego de ubicar las necesidades

sociales de pertenencia, se plantea que nuestro “ego” requiere de amor y atención. Posteriormente, se evidencian las necesidades de crecimiento personal y exploración intelectual. Estas últimas toman mayor énfasis ya que son las necesidades que orientan la creación y se alinean con la economía creativa propuesta por Howkins.

Actualmente vemos un desplazamiento sutil pero que sigue teniendo la misma función en la psicología positiva que promueve alcanzar el estado de consciencia plena, ese estado armonioso que tiene la denominación de «El *fluir*» o el *flow*, como aquel estado estudiado por Mihaly Csikszentmihalyi (1996) que refleja el punto más alto de las personas que se puede alcanzar. Según Goleman (2016):

Es un estado que puede darse en cualquier ámbito de actividad: mientras se pinta, se juega al ajedrez, se hace el amor, en cualquier momento. El único requisito es que tus habilidades se adecuen tan perfectamente a las exigencias del momento que desaparezca toda inhibición. (p. 61)

Cuando vemos que la creatividad aparece como el vehículo para llegar, ya sea a la autorrealización o a un estado de *Flow*, encontramos que esto se relaciona con una producción de subjetividad que está determinada hacia fines económicos y según Santamaría (2018), hacia una serie de fines concretos al tiempo que a una *despolitización* o destrucción del impulso crítico de cualquier tipo.

Todos estos argumentos nos demuestran y ejemplifican la fuerza y potestad que tiene la psicología en fundar las necesidades humanas, que, aunque son presentadas como necesidades naturales, terminan siendo necesidades que responden al control que ejerce el gobierno. Así, podemos resaltar que las necesidades cumplen una función estratégica, como lo habíamos mencionado previamente.

Ahora bien, para finalizar este apartado, queremos señalar un elemento netamente neoliberal que se pone en evidencia con el despertar de la creatividad. Para Goleman y Colaboradores (2016) “Las personas creativas no sólo están abiertas a nuevas experiencias de todo tipo, sino también dispuestas a correr riesgos” (p. 56), además: “A menudo las personas interrumpen sus esfuerzos porque temen cometer errores. Estos pueden resultar vergonzosos,

incluso humillantes. Pero si no corres riesgos y no cometes errores, no aprendes; mucho menos aún haces nada fuera de lo común o innovador (p.58).

Vale la pena preguntarse, a suerte de que los sujetos deben estar en riesgo constante en pro ser creativos. La lectura de los textos nos lleva a concluir que esto se relaciona de manera directa con el modo de producción, leemos en Goleman y colaboradores (2016): que “los negocios necesitan cada vez más trabajadores que posean una mentalidad independiente, que estén dispuestos a correr el riesgo de dar su opinión, que se sientan libres de reaccionar en forma imaginativa al cambio: en una palabra, que sean creativos” (p.126).

En este sentido, podemos plantear, primero, que ser creativos está relacionado con saber asumir riesgos, además, que el llamado al riesgo tiene meros intereses económicos. Retomemos a Richard Sennett (2000) quien postula que en las sociedades actuales vivimos en un riesgo constante que puede ser pensado en dos sentidos; arriesgarse, lanzarse a algo desconocido que no necesariamente inmoviliza a los individuos o estar un paso atrás respecto de la realidad que exige más y que resulta desconcertante (Bedoya, 2018, p. 26). El análisis de la promoción de la creatividad como condición humana necesaria nos lleva a pensar el fenómeno en la segunda vía, pareciera que quién no lleve una vida creativa está un paso atrás de quienes han tomado el riesgo de emprender una vida creativa. El culto al riesgo promueve en nuestra sociedad la capacidad de volver a empezar cuantas veces sea necesario, hay un desconocimiento de la vulnerabilidad y la pérdida, “... dentro de la racionalidad de mercado de hoy, enfatiza la capacidad de las personas para moverse de lugar, emprender nuevos proyectos, proponer nuevas soluciones a antiguas necesidades, hacerse lector de necesidades actuales para diseñar el producto que las soluciones” (Bedoya, 2018, p. 26). En este sentido, vivir en riesgo es llevar a su máxima expresión la capacidad creativa de los sujetos, una capacidad de reinención constante de sus propias vidas.

5.3. La felicidad como promesa del acto creativo y énfasis en el individualismo.

Poder desempeñar un buen acto creativo está sustentado, en gran medida, por la fuerza del contenido de los pensamientos que tenga un individuo, en este sentido, ya hemos dado luces de cómo la creatividad parece ser un puente o vehículo para alcanzar la felicidad, además, planteamos que la concepción de felicidad promovida por la psicología se caracteriza por el individualismo exacerbado del gobierno neoliberal. Según esto, como lo mencionan Cabanas e Illouz (2019): “Si

la felicidad se ha convertido en algo fundamental en nuestras sociedades neoliberales es, sobre todo, porque está inextricablemente asociada a los valores individualistas” (p. 48), aún más, “si la felicidad ha llegado a tener el protagonismo que hoy tiene es porque se ha mostrado especialmente útil para reavivar, legitimar y re-institucionalizar el individualismo en términos aparentemente no ideológicos gracias a su discurso científico” (*ibid.*) Y, claro está, la ciencia legitimadora de este discurso de la felicidad que tiende a neutralizar su énfasis en la responsabilidad de cada individuo y en los valores propios del individualismo neoliberal es la psicología, en concreto, hoy es la psicología positiva la que se ha encargado del tema, aunque no se reduzca a ella.

Berzbach (2017) profesor de Psicología y Pedagogía en la *Ecosign Academy for Design* y en la facultad de Ciencias Aplicadas de la Universidad de Colonia, resalta la tendencia de la psicología cognitiva y la psicología budista en exaltar la felicidad, la consciencia plena y la empatía. Estos tres elementos aparecen de manera reiterativa en el abordaje de la creatividad en el cual se compromete el autor soportándose en la psicología. Ahora bien, más allá de decirnos lo qué es la felicidad, nos brinda técnicas y herramientas para alcanzarla y comprender que: “Cuanto más cultivemos estos valores, menos sitio queda para los miedos, la codicia y la rabia, y menos nos dispersamos y nos distraemos” (Berzbach, 2017, p. 76). Es decir, con las técnicas y herramientas que la psicología brinda se puede llegar a ser creativos.

La tendencia del ser humano por buscar y alcanzar la felicidad ha sido motivo de abordajes teóricos desde la antigüedad. Aristóteles apuntaba al concepto de *eudaimonía* como aquel bien hacia el que todos los humanos se orientaban. Ahora bien, como nos lo muestran Cabanas e Illouz (2019), recientemente la psicología positiva ha tomado la bandera del estudio de la felicidad. Entre sus postulados proponen incrementar las fortalezas y virtudes, promover el potencial humano y la búsqueda de la excelencia en miras a alcanzar la felicidad a través de diversos recursos y técnicas.

Para Mihaly Csikszentmihalyi (1998), reconocido psicólogo de la denominada psicología positiva y conocido por su teoría del flujo y su investigación sobre la felicidad y el bienestar, la felicidad no se encuentra en la consecución de objetivos externos o en la satisfacción de deseos superficiales, sino que está relacionada con una experiencia profunda de participación plena en las actividades de la vida. Se experimenta cuando una persona se encuentra en un estado de flujo (*Flow*), el cual es un estado mental en el que se está completamente inmerso y concentrado en actividades desafiantes para uno mismo. Durante el flujo, las habilidades de la persona coinciden con las demandas de la tarea, y el tiempo parece pasar sin que uno se dé cuenta. En este estado, la

persona experimenta una sensación de gratificación, crecimiento personal y conexión con el momento presente.

Csikszentmihalyi argumenta que la felicidad no es un estado pasivo de satisfacción o placer hedónico, sino que es el resultado de participar en actividades que nos desafían y nos permiten utilizar nuestras habilidades al máximo. La felicidad se encuentra en la capacidad de encontrar un propósito significativo en lo que hacemos, de establecer metas claras y desafiantes, y de experimentar un sentido de logro y autotrascendencia a través de nuestras acciones. Podemos decir que el flujo es un estado de concentración plena y disfrute en el que se pierde la noción del tiempo y se experimenta una sensación de inmersión total en la actividad. Estar inmerso en actividades creativas y experimentar el flujo está asociado con altos niveles de bienestar subjetivo y felicidad, además, la creatividad permite a las personas expresarse de manera única y auténtica. Al involucrarse en actividades creativas, las personas tienen la oportunidad de mostrar su verdadero yo, explorar su identidad y dar forma a su sentido de individualidad. Esto puede generar una sensación de coherencia interna y satisfacción personal, lo cual se relaciona con la experiencia de la felicidad.

Dicho lo anterior, la teoría de Csikszentmihalyi destaca la importancia de encontrar un propósito significativo en la vida y experimentar momentos de autotrascendencia a través de las actividades desafiantes. El neoliberalismo, en su búsqueda del éxito y la maximización del interés propio, a menudo descuida la importancia de un propósito más amplio y la contribución al bien común. Este énfasis individualista es algo que caracteriza el neoliberalismo que “(...) ha de entenderse como una filosofía individualista focalizada esencialmente en el yo” (Cabanas e Illouz, 2019, p.47), y cuyo postulado antropológico principal puede resumirse de la siguiente cita de Aschoff (2015): “todos somos actores independientes y autónomos que, unidos por el libre mercado, construimos nuestro propio destino haciendo sociedad por el camino” (en Cabanas e Illouz, 2019, p. 47).

Berzbach (2017) retoma el manual de Anton Bucher *Psychologie des Glücks* (psicología de la felicidad) y a Daniel Goleman y su equipo para presentar la siguiente conclusión: “alegría, la responsabilidad y la confianza [componen el] lenguaje universal de la creatividad” (p.101). Además, argumenta que la felicidad aumenta la flexibilidad cognitiva y con ello la fuerza creativa. Es decir, la felicidad ya opera como una suerte de herramienta para mejorar algunas condiciones necesarias para la creatividad.

Según Berzbach (2017), una de las técnicas equivocadas para lograr ser creativos es darle vueltas al pensamiento, para el autor, esto disminuye la capacidad de concentración y con ello también la creatividad. Recupera a Bucher para decir que uno de los secretos de las personas felices es pensar poco en la felicidad y en sí. Así, el desdichado da vueltas alrededor de sí mismo buscando la felicidad. Sin embargo, el resultado más importante obtenido en las investigaciones sobre la felicidad lo evidencia la psicóloga Sonja Lyubomirsky al decir “que solo un 10 % de nuestra felicidad depende de las condiciones exteriores; es decir, de si somos pobres o ricos, de si estamos sanos o enfermos, de si somos feos o guapos, de si estamos casados o separados, o de lo que sea” (Berzbach, 2017, p.102), además, “lo que pensamos sobre nosotros mismos y sobre el mundo influye más sobre nuestra felicidad o infelicidad que nuestras condiciones reales de vida” (Berzbach, 2017).

Tal lectura revela de manera clara una concepción individualista y neoliberal de pensar la felicidad como destino de las personas que actúan de manera creativa, podríamos plantear de manera problemática los siguientes puntos:

Minimización de las condiciones materiales y estructurales: la afirmación de que solo un 10% de la felicidad depende de las condiciones exteriores, como la riqueza, la salud o el estado civil, puede pasar por alto el impacto significativo que el neoliberalismo y las desigualdades económicas y sociales tienen en la vida de las personas. Al centrarse únicamente en aspectos individuales y subjetivos, se puede descuidar la importancia de abordar las estructuras y sistemas que perpetúan la injusticia y la desigualdad. Sin embargo, como hemos planteado, este es uno de los objetivos centrales del neoliberalismo, llevar a que los individuos busquen la transformación de sus vidas a partir de actos meramente individualistas que no repercuten en la estructura social, más bien, soportan la desigualdad.

Individualización y responsabilidad personal: al afirmar que lo que pensamos sobre nosotros mismos y sobre el mundo influye más en nuestra felicidad que nuestras condiciones reales de vida, se corre el riesgo de responsabilizar a los individuos por su propia felicidad, sin tener en cuenta las limitaciones y restricciones que impone el sistema neoliberal. Esto puede ocultar las desigualdades estructurales y la influencia del entorno socioeconómico en la capacidad de las personas para buscar la felicidad.

Enfoque reduccionista de la felicidad: al sugerir que pensar poco en la felicidad y en sí mismo es un secreto para la felicidad, se puede pasar por alto la complejidad y multidimensionalidad del concepto de felicidad. Existe una variedad de factores que pueden influir en la felicidad de las personas, incluidas las relaciones sociales, la justicia, la participación política y la realización personal. Reducir la felicidad a un aspecto individual y cognitivo puede simplificar en exceso la experiencia humana.

Ahora bien, como lo señalan Cabanas e Illouz (2019), “muchas publicaciones de psicología positiva dicen demostrar que el individualismo es la variable que más fuertemente se relaciona con la felicidad y viceversa, independientemente de cualquier factor sociológico, económico o político” (p.50). Es esto lo que vemos en las afirmaciones de Berzbach, las cuales terminan reduciendo la felicidad a un valor individualista y engendrado de manera casi misteriosa. Es tal la legitimación que hace la psicología positiva de esto que las investigaciones de Ed Diener y colaboradores (2009) afirmaron que las culturas individualistas producen niveles de satisfacción con la vida mucho más elevados que las culturas colectivistas, ya que los ciudadanos de esas culturas dispondrán de “más libertad para elegir la vida que quieren llevar” (en Cabanas e Illouz, 2019, p. 50), tendrán “más posibilidades de atribuirse el mérito de sus éxitos a sí mismos” (*ibid.*) y gozarán de mayores posibilidades “de perseguir sus propios objetivos” (*ibid.*). Cabanas e Illouz (2019) añaden como Ruut Veenhoven (2010) suscribe estas conclusiones, añadiendo que las sociedades individualistas y modernas contribuyen en mayor medida a la felicidad de sus ciudadanos al ofrecerles un entorno más competitivo que encaja mejor con la necesidad innata de las personas de luchar por su propia realización personal (*ibid.*). En este punto, es pertinente que recordemos los planteamientos sobre la autorrealización de la psicología humanista, los cuales, parecen estar renovados, o, al menos, cumplen una función estratégica muy similar en la psicología positiva de responsabilizar al sujeto de su destino, esto a partir de técnicas sumamente individualistas.

Ha sido tan importante la felicidad como algo que denota puro individualismo y que soporta valor económico que William Davis (2015) nos recuerda que fue la felicidad el tema central de un Foro Económico Mundial reciente donde había preocupación por el gran coste económico que representaba la infelicidad de los trabajadores. Nos dice Julia Cameron (2011) en su texto *El camino del artista* que: “Un artista productivo es, bastante a menudo, una persona feliz” (p. 112) Es decir, en cuanto ha entrado en el proceso productivo logra tal felicidad. Ahora bien, es

importante señalar la correlación entre la felicidad y la tendencia a la *autoculpabilización* tan típica del neoliberalismo. Según Cabanas e Illouz (2019):

A medida que el discurso de la felicidad responsabiliza a las personas por los éxitos y fracasos en su vida, el malestar y la sensación de impotencia para superarlo se han llegado a experimentar como fuentes de descontento y debilidad personal, como indicios de una psique defectuosa o mal gestionada, y hasta como síntomas de una biografía frustrada o una vida desperdiciada. (p. 63)

En este sentido, planteamos que si el individuo no entra en la lógica de producción pareciese que no puede llegar a ser feliz, y si no lo logra es porque no ha sabido explorar su creatividad o su ingenio, al final, el individuo termina siendo responsable completamente de sus decisiones y de su suerte. Podríamos culminar retomando la relación que se puede establecer entre creatividad, felicidad y neoliberalismo en la obra de Mark Fisher (2016). Para el autor, el neoliberalismo ha exacerbado un individualismo competitivo y atomizado haciendo énfasis en la responsabilidad individual y el éxito personal, tal dinámica promueve un sentido de aislamiento y alienación, es decir, se difumina la cooperación. Además, se ha generado una cultura en la que la felicidad se vincula estrechamente con el consumo y el logro de metas materiales, promoviendo así una búsqueda constante de satisfacción a través de la adquisición de bienes y la acumulación de riqueza.

Finalmente, pero crucial para nuestra atención, la creatividad sustenta la lógica neoliberal al ser la acción que se debe fomentar y potenciar para no quedar al margen del mercado. Funciona como un punto focal estratégico que, según Fisher (2016), el neoliberalismo ha adoptado como herramienta de explotación y control. Como menciona Fisher, “Nadie dudaría de que el lenguaje de “flujos” y la “creatividad” se encuentra exhausto precisamente porque las “industrias creativas” del capitalismo se lo han apropiado” (p. 146). Como es de notar, en lugar de fomentar una creatividad liberadora y emancipadora, el neoliberalismo la ha reducido a una competencia constante por la innovación y la rentabilidad económica. La creatividad se ha convertido en un valor instrumental, utilizada para maximizar la productividad y adaptarse a las demandas del mercado. Esta presión por alcanzar el éxito, la creatividad y la felicidad, según los criterios establecidos por la lógica neoliberal, conduce a una sensación permanente de insatisfacción.

Ahora bien, esta manera de promover la creatividad y la búsqueda de la felicidad nutre todo un arreglo que hace que el individuo devenga cierto sujeto, así, la psicología cobra un lugar de privilegio en la racionalidad neoliberal elaborando un régimen de verdad, como lo menciona Bedoya Hernández (2018), “han creado unas técnicas para conocer al sujeto y para conducirlo por la ruta de la autorrealización” (p.145). En este sentido, en el siguiente apartado queremos señalar algunas recomendaciones que realiza la psicología para llevar a cabo una vida creativa, son elementos normativos y altamente prescriptivos que configuran cierta subjetividad particular.

5.4. Técnicas psicológicas para llevar una vida creativa y lograr la «autorrealización». El caso del *mindfulness* como “técnica del yo”

Al abordar este apartado y referirnos a técnicas, lo hacemos desde una perspectiva foucaultiana, es decir, al modo de funcionamiento de las técnicas bajo un entramado de saber, poder y subjetivación. Como hemos venido señalando, la psicología promueve una visión sumamente individualista de la creatividad, las técnicas o herramientas que ofrece para ser *sujetos creativos* se refieren siempre a la dimensión estratégica de las prácticas, esto es, técnicas para "gobernar" a los individuos, en el sentido de "conducir su conducta", y ello se puede presentar en dominios muy variados (Laval y Dardot, 2013). En última instancia, mostramos que las técnicas psicológicas para el gobierno y control de los sujetos responde a necesidad estructurales del capitalismo y de la racionalidad neoliberal, de este modo, cuando a un sujeto se le recomienda meditar, tal práctica lleva a que el sujeto se relacione de cierta manera consigo mismo, pero no por esto es una práctica aislada y sin ningún interés estratégico, por más que lo parezca. Según Laval y Dardot (2013): “Es bien cierto que el gobierno, lejos de recurrir tan solo a la disciplina para alcanzar al individuo en lo más íntimo, apunta últimamente a conseguir un auto-gobierno del propio individuo, producir cierto tipo de relación consigo mismo” (p. 16). Dicho esto, gobernar se da en un espacio de libertad donde los individuos acaban sometiéndose por sí mismo a ciertas normas.

Ahora bien, es importante centrarnos en algunos hallazgos del material de análisis que nos muestran cómo el ejercicio de la creatividad, o mejor, del acto creativo, está relacionado con una serie de prácticas que los sujetos pueden llevar a cabo. En lo concerniente a la creatividad, pareciera que las técnicas convergen en conectar el componente racional e irracional del sujeto. Ahora bien,

a pesar de que señalaremos varias técnicas, nos interesa detenernos y analizar la práctica de la meditación o *mindfulness* que es promovida y recomendada para alcanzar el acto creativo.

Comencemos con lo que señalan Goleman y colaboradores (2016):

Una vez que has reflexionado acerca de todas las piezas relevantes y empujado hasta el límite tu mente racional, puedes dejar que el problema se cueza a fuego lento. Esta es la etapa de incubación, en que digieres todo lo que has reunido. Mientras que la preparación exige un trabajo activo, la incubación es más pasiva, un estado en que mucho de lo que sucede se desarrolla fuera de tu conciencia enfocada, en el inconsciente. Como suele decirse, «lo consultas con la almohada». (p. 23)

Como vemos, es un ejercicio donde cobra relevancia lo consciente e inconsciente, por ende, no es casual que muchas de las técnicas que se presentan dan gran relevancia a lo que denominan el «aquí y ahora» o «vivir el presente». Berzbach (2017) destaca la importancia de la observación detallada y la atención plena en el proceso creativo, para el autor, al estar presentes en el momento y prestar atención a los detalles, se pueden descubrir nuevas ideas y conexiones que pueden inspirar la creatividad. El inconsciente es importante porque la atención plena no se trata de observar el ejercicio de los demás, sino, las propias reacciones, por ende, la propuesta que realiza la psicología se basa en identificar cómo se manifiestan ciertos estados de ánimo en nuestro cuerpo. Para Goleman y colaboradores (2016): “En el inconsciente no existen juicios de autocensura, allí las ideas son libres de recombinarse con otras en esquemas nuevos y en asociaciones impredecibles, en una suerte de promiscua fluidez” (p. 23).

Con lo anterior, empezamos a evidenciar cómo las técnicas aparecen en función de estrategias introspectivas, donde el sujeto realiza una suerte de auto-diagnóstico o auto-análisis. Al respecto, podemos decir que son estrategias que promueven el individualismo de una manera solapada, algo que mencionamos en el apartado anterior; pero, además, son técnicas que dan cuenta modos de acción del individuo sobre sí mismo, son estas las que Foucault (1982) llamó “técnicas de sí” y que ampliarían su concepción de la gubernamentalidad

Continuando con la lectura, según Goleman y colaboradores (2016): “Cuando encajan las habilidades y el talento, entonces el fluir tiene más probabilidades de surgir. En ese instante, la atención está enfocada plenamente en la tarea inmediata” (pp. 61-62). Para los autores, una señal

de esta completa absorción es que el tiempo cambia y la gente lo percibe mucho más rápido o mucho más lento, así, la gente se halla tan sintonizada o dentro de ese estado de “flujo” propuesto por Csíkszentmihályi, que es indiferente a cualquier distracción. Además, Goleman y su equipo (2016) destacan cómo la capacidad de tomar decisiones intuitivas es un ingrediente básico de la creatividad. “La intuición significa renunciar al control de la mente pensante y confiar en la visión del inconsciente” (p.164). Ahora, como esto no se puede cuantificar ni justificar en forma racional, a menudo encuentra oposición en el lugar de trabajo.

Para Berzbach (2017), muchas cosas nos comienzan a salir bien porque hemos adquirido confianza en nuestra intuición y seguimos nuestros impulsos inconscientes, estos pueden operar como un motor de la creatividad (p. 126). Las coincidencias resultan estimulantes y no son del todo aleatorias. Puesto que el problema que tengamos entre manos nos mantendrá la mente ocupada incluso de forma inconsciente, aquello que aflore por libre asociación será relevante. De este modo damos entrada al material inconsciente en el proceso creativo.

Estos últimos planteamientos siguen respondiendo a “técnicas de sí”, donde el sujeto en la búsqueda de conocimiento propio, terminan aislándose por completo. No obstante, quisiéramos agregar otro componente que se hace evidente en estas técnicas que promueven la creatividad. Nos referimos al componente semántico que adopta la psicología para promover la creatividad, algo a lo que hemos hecho alusión en el apartado, *La psicología como la ciencia predilecta de la creatividad*. En concreto, cuando leemos los textos y nos encontramos con términos como “intuición”, “impulsos inconscientes” y estos no tienen un desarrollo argumentativo profundo, sino que son usados como términos naturales con fines en sí mismos, encontramos toda una serie de narraciones y formas semánticas que parecieran buscan restituir elementos emocionales y muy propios de las personas para, como menciona Santamaría (2018), *reterritorializar* todo disenso, toda fractura en modelo políticamente inactivo y en recurso productivo para el sujeto que es capital humano (p. 44). Así, la creatividad, soportada en todo el discurso psicológico, es una herramienta para la gestión de sí mismo y para el autocontrol.

En esta lógica semántica, queremos mencionar un elemento común en los textos de análisis, la aceptación del riesgo y la incertidumbre para lograr el proceso creativo. Este elemento ya ha sido señalado en el capítulo 4, en el apartado *La economía naranja y creativa, una propuesta neoliberal refinada*. Ahora bien, no es para nada azaroso que este mismo tema coincida y esté presente en los documentos de carácter más institucional como en estos documentos que tienen un carácter

legitimado por el saber científico; son elementos que siempre están en relación. Seamos breves, para Daniel Goleman y su equipo (2016) la creatividad implica tomar riesgos y enfrentar la incertidumbre. La disposición a aceptar la posibilidad de fracaso y aprender de él es esencial para desarrollar la creatividad y superar los obstáculos. Por su parte, Frank Berzbach (2017) sostiene que el miedo al fracaso puede ser un obstáculo para la creatividad. Aboga por abrazar los errores y verlos como oportunidades de aprendizaje, lo que permite superar los miedos y la autocrítica paralizante. Como tal, queremos señalar que estas invitaciones a asumir riesgos desde la psicología pueden llevar a una vida constante incertidumbre y malestar emocional a los sujetos, vivir en esta incertidumbre constante, que, claro está, es exaltada por la búsqueda de la creatividad, responde, como las técnicas anteriores, a un gobierno del sujeto por sí mismo. Ahora bien, esta cultura que incentiva el riesgo lleva, además, a una precarización constante de la vida, algo que ha sido muy útil en relación con el trabajo y que es el tema central del capítulo siguiente.

Finalmente, como lo mencionamos en la apertura de este apartado, queremos detenernos en una técnica que aparece reiterativa en los textos de análisis y que consideramos puede condensar varios principios de lo expuesto hasta ahora, la técnica de la meditación o el *mindfulness*. Berzbach (2017) menciona que la meditación de origen budista tiene el efecto de incrementar la felicidad ya que produce múltiples beneficios fisiológicos. Ahora bien, como apuntan Cabanas e Illouz (2019), la creciente oferta y demanda de terapias, servicios y productos de la felicidad en los últimos años, dentro de los cuales podemos incluir la meditación o el *mindfulness*, es muestra del incremento de retirada al mundo interior con el fin de lidiar con la incertidumbre, la impotencia y la inseguridad producidas desde afuera (p.58).

Berzbach (2017) nos dice: “Meditar, pasear o peregrinar exigen esfuerzo y voluntad de resistencia. Cuando se convierten en costumbre obran grandes efectos, sobre todo en la relación creativa con el trabajo y la propia vida” (p. 131). Lo que se señala con estos ejercicios de meditación, ya sea basado en un discurso espiritual y místico, o con un lenguaje más científico y secular, es que el *mindfulness* invita a pensar que todo irá bien si tenemos fe en nosotros mismos, si somos pacientes, si dejamos de juzgar y aprendemos a relajarnos y a tomarnos todo con más calma. Laval y Dardot (2013) mencionan que conocerse más, a través de una fase de meditación, sólo tiene sentido para comprender mejor lo que uno hace en un acto comunicativo de igual a igual. Podemos pensar que la función de la meditación con el individuo es asegurar un “estado de yo”

que se reafirma en sí mismo, y, por ende, hay un desconocimiento del “otro” en cuanto sujeto constitutivo del propio “yo”.

No es casual que el *mindfulness* sea un concepto central para la psicología positiva. Como lo mencionan Cabanas e Illouz (2019), “el *mindfulness* encaja con una ciencia que reifica la interioridad, promueve la responsabilización personal y convierte la obsesión por la mejora personal en una necesidad psicológica, una obligación moral y un activo económico” (p. 60). Podemos pensar que este tipo de soluciones encajan perfectamente con una lógica individualista, con la reducida concepción de lo social y la cosmovisión neoliberal y conservadora que caracteriza a la psicología positiva al plantear que son las personas las que deben aprender a adaptarse, sobrevivir y mejorar; claro está, con esto, más que soluciones podemos avizorar un desprendimiento de la realidad que recaiga en una *despolitización* completa, en una apatía social fundada en la búsqueda de soluciones individuales. En este sentido, el *mindfulness*, que, aunque en principio y como valor ritual puede ser una práctica crítica hacia los postulados del neoliberalismo, vemos es atrapada como una práctica sumamente pertinente para mantener el modo de gobierno neoliberal.

Para Daniel Goleman y su equipo (2016) hay otras técnicas relacionadas con el despertar creativo, todas teniendo en común una atención plena del momento y que, en nuestra opinión, no escapan de actos individualistas y vaciados de toda posibilidad crítica y política; algunos son: “Meditar, estirarse, tocar un instrumento, bailar, respirar profundamente: estas son otras formas en que algunos se libran a su propia creatividad” (p.47). Para Wendy Brown (2015), el *mindfulness* se ha convertido en una forma de autorregulación individual en el contexto neoliberal, desviando la atención de los problemas estructurales y fomentando una aceptación pasiva de la desigualdad y el sufrimiento. En este mismo sentido, Purser (2019) hace una crítica a la mercantilización del *mindfulness* como técnica individualista en un contexto neoliberal, plantea que ha sido alejada de su contexto original en la tradición budista y despojado de su potencial para cuestionar las estructuras sociales injustas. Finalmente, es muy interesante lo planteado por Carrette y King (2005) quienes plantean que la meditación y el *mindfulness* han sido cooptadas por el neoliberalismo y la lógica del mercado como prácticas espirituales o técnicas de autorregulación individual y herramientas para aumentar la productividad y el rendimiento laboral.

Para terminar, hemos querido señalar algunas técnicas y profundizar en el caso del *mindfulness* o la meditación ya que representan una técnica que condensa el contenido más

prescriptivo para llevar a cabo una vida creativa, que, además, es legitimado por la psicología para la conducción de la conducta. Tal ha sido el alcance del *mindfulness* que hoy lo vemos inmerso dentro de estrategias educativas y terapéuticas en hospitales, escuelas, centros penitenciarios y empresas. Estas técnicas se enfocan en el conocimiento propio del sujeto, que, aunque en sus orígenes y principios pueden representar funciones críticas ante lo establecido, en la racionalidad de gobierno neoliberal son asimilados de una manera estratégica. Así, todas estas “técnicas de sí”, terminan por recaer y mantener la responsabilización del sujeto y un malestar emocional producido por la incertidumbre, la impotencia y la inseguridad; aspectos que en principio se esperaba que resolvieran. Como lo mencionan Cabanas e Illouz (2019), nos lleva a pensar que “no es la sociedad lo que necesita un cambio, sino que son las personas quienes tienen que aprender a adaptarse, sobrevivir y mejorar” (p. 60). Y, en efecto, una postura crítica debe cuestionar la forma cómo el individuo es configurado como cierto sujeto, en apariencia determinado y con poca posibilidad de resistirse, porque, además, la sociedad se le presenta como un proyecto exitoso. Tal cuestionamiento crítico le debe poner al sujeto a la vista la posibilidad de no ser gobernado de cierta manera, la posibilidad de resistirse.

6. Creatividad y cambios en la concepción del trabajo

El análisis de nuestro fenómeno cada vez abre aristas más pronunciadas. Para comprender la manera como las personas se han subjetivado a partir del dispositivo de la creatividad, es crucial intervenir las formas de vivir y habitar el mundo, es decir, las prácticas discursivas y no discursivas que se legitiman por las relaciones de saber y poder y configuran la subjetividad creativa. Si partimos que la creatividad se plantea como una respuesta a necesidades no sólo económicas y productivas, sino a la forma de llevar la vida, debemos considerar el trabajo como la forma por excelencia donde los individuos se relacionan a cambio de un salario o compensación y ofreciendo su tiempo, habilidad y esfuerzo a favor de la producción de mercancías. De este modo, es fundamental la forma de concebir y transformar el trabajo como eje articulador de la existencia.

Ahora bien, bajo la lógica de la creatividad, entendida como un proceso mental y social que implica la generación de un producto original, de nuevas ideas o conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos (Landau, 1987), se empieza a asociar con una habilidad cada vez más apreciada en los entornos laborales en el marco de la actual sociedad del conocimiento, sin embargo, esto nos lleva a pensar como el trabajo en el neoliberalismo promueve el borramiento entre las diferentes esferas de la vida (la familia, lo privado, lo público) (Arango, Bedoya-Hernández y Muñoz-Duque, 2021). Tal característica parece aún más evidente en el trabajo creativo, donde el paso de los bienes a los servicios y la desmaterialización del trabajo en función del conocimiento conlleva a que sea la expresión de actividades intelectuales, comunicativas, relacionales y afectivas, lo que conduzcan mayoritariamente a la producción (Bauman, 2003; Béjar, 1993; Deleuze, 1998; Negri, 2004).

Cuando partimos de estudiar la creatividad desde una perspectiva crítica y con una metodología foucaultiana, nos encontramos con la necesidad de evidenciar la configuración de cierta subjetividad nutrida por el discurso y prácticas de la creatividad, así, es menester abordar, de manera efectiva, la transformación de los modos de vida. En este sentido, la manera casi empalagosa de promover la creatividad bajo un entramado de saber y poder tiene consecuencias claras sobre los sujetos, una de las más importantes y que más se repite en los libros, manuales, leyes y discursos sobre la creatividad, tiene que ver con las particularidades y nuevas formas de concebir el trabajo. De este modo, este capítulo trata de manera crítica la relación que se establece entre el trabajo y sus transformaciones a partir de la creatividad. Iniciamos con una suerte de

introducción que permite notar las particularidades del trabajo en nuestra época. No obstante, mostraremos a partir del análisis de textos prescriptivos sobre la creatividad, las recomendaciones y sugerencias para llevar a cabo un trabajo basado en la creatividad que termina escondiendo aspectos como: una intensificación de la desigualdad social, la identificación del trabajador con la empresa, la flexibilidad laboral, el culto al riesgo expresada y la autonomía donde los trabajadores son responsables de su propia empleabilidad y éxito, la precarización laboral y la explotación en las industrias culturales y creativas para fines netamente económicos.

Para Gäestan Tremblay (1990), las industrias culturales pueden ser definidas como la constante evolución de un sistema de actividades de producción e intercambio cultural sujeto a las reglas de mercantilización, en la cuales las técnicas de la producción cultural están más o menos bien desarrolladas, pero en las que el trabajo es cada vez más organizado por el modo capitalista, que opera a través de una doble separación: entre los productores y sus productos, y entre las tareas de creación y las de ejecución. De este modo, este doble proceso de separación da lugar a una pérdida cada vez mayor de control de los trabajadores y de los artistas sobre los productos de sus actividades. Según esto, el trabajo en el marco del neoliberalismo y acentuado por la creatividad se desarrolla en la propia vida del individuo, es decir, para el sujeto que trabaja de forma creativa no hay un espacio de trabajo ajeno a su propia existencia. Arango, Bedoya Hernández y Muñoz Duque (2021) introducen la noción del *sujeto-que-vive-para-trabajar* para referirse a aquel sujeto que trabaja sin fin acoplándose a las demandas cambiantes del mercado (p. 2). Siguiendo esta lógica y haciendo énfasis en un sujeto que puede transformar cualquier idea o creación en producto de su trabajo, pensamos en un *sujeto que vive en el trabajo de crear*. Es decir, si el sujeto puede producir en cualquier momento una idea creativa, pero para lograrlo debe estar en disposición de hacerlo, termina entregando todo su tiempo y esfuerzo a la creación de tal idea y poder cambiar el rumbo de su existencia, ya que el Estado se ha desvinculado de todas las necesidades ontológicas que se requieren. Para Berardi (2003): “El trabajo se ha convertido en parte de un proceso mental, en la elaboración de signos cargados de saber” (p. 61).

Claro está, el denominado trabajo cognitivo no es algo novedoso, incluso podemos pensar que, en todo trabajo manual, incluso el más elemental o repetitivo, ya estaba involucrado el trabajo cognitivo de alguna forma. Sin embargo, lo particular radica en que se vuelve la forma de trabajo predilecta. Si tenemos en cuenta que lo producido en el trabajo cognitivo es el mismo saber, es decir, la actividad cognitiva está ligada a la mente, cobra sentido cuando Virno (2003) dice:

“Trabajo y no-trabajo desarrollan idéntica productividad, basada sobre el ejercicio de facultades humanas genéricas: lenguaje, memoria, sociabilidad, inclinaciones éticas y estéticas, capacidad de abstracción y aprendizaje” (p. 108). Tales facultades humanas que son compartidas genéricamente suelen valer de justificación para cualquier modelo productivo considere que el lugar del trabajo es el mismo lugar de las personas, su mente, así, como no podemos desprendernos de ella, siempre podemos estar en funciones laborales. No obstante, con la justificación de que todos podemos trabajar de manera creativa, se equipara a toda la sociedad en la medida que cada uno es responsable de su destino en función de que haga uso de su creatividad o no, esto desconoce toda la historia de desigualdad e injusticia de las que han sido víctimas algunas poblaciones, grupos y colectivos y que, además, soportan el modo de producción capitalista que se ha caracterizado, sobre todo, por el trabajo enajenado.

En la lógica del modo de producción capitalista sigue siendo pertinente recuperar algunos planteamientos de la teoría de Marx (2003) donde el trabajo enajenado se refiere a la idea de los trabajadores pierden el control y la conexión con su trabajo, con el producto de su labor y con su propia humanidad, debido a la naturaleza de la organización del trabajo y las estructuras económicas. En este sentido, vale la pena establecer la relación con el denominado trabajo creativo, acaso, un trabajo que, parece, no puede ser separado de la existencia de los individuos. Es claro que, aunque la problemática del trabajo enajenado de Marx (2003) se centra en la separación y desvinculación del individuo con su labor, producto y humanidad, mientras que Foucault se enfoca en cómo el poder se internaliza en las personas a través de las instituciones y prácticas sociales, influyendo en la conformación de subjetividades y comportamientos. Dicho esto, interesa desde la postura foucaultiana pensar cómo las estructuras y dinámicas de saber y poder en el trabajo pueden generar formas de sujeción y limitaciones que tiene impacto en la subjetividad de los individuos y en la sociedad.

6.1. El trabajo creativo, la emergencia de la “clase creativa” y la profundización de la desigualdad social

Partamos por comprender que es claro que el trabajo se ha transformado con el transcurrir de la historia y de la sociedad. Con el avance técnico y el aceleramiento de los procesos productivos, el trabajo industrial característico de la época fordista cada vez vuelca más hacia una

mayor deslocalización y especialización del trabajo (Berardi, 2003). En relación con nuestro interés, vemos que, en un mundo globalizado, donde las fuerzas uniformizantes se manifiestan fuertemente, la economía creativa nos conduciría, de cierta forma, hacia una nueva división del trabajo fundada en lo cultural o creativo (Tremblay, 2011). Dicho en otras palabras, a medida que el mundo se transforma, se desarrolla y se tecnifica al sujeto y se le plantean nuevas urgencias con relación al trabajo. Dicho esto, aparecen posturas como la de Richard Florida (2010, 2011) que plantean la emergencia de una nueva clase social, “la clase creativa”, o la emergencia de un nuevo sujeto ideal basado en la creatividad al que Abraham Maslow denomina (2001) “verdaderamente humano”. En los tales planteamientos, de entrada, se parte de la idea de que todos pueden ser tales figuras humanas ideales de esta época particular. Sobre este asunto profundizamos en este apartado acompañados de nuestro material de análisis. Sin embargo, por ahora debemos comprender el riesgo que se tiene en asumir que todas las personas van al mismo ritmo acelerado del avance técnico, como si el progreso histórico y lineal transcurre atado al progreso de la sociedad. Walter Benjamin (2018) plantea que la historia, tal como se presenta por la tradición dominante, se construye a través de una perspectiva lineal y progresiva que oculta las opresiones y las injusticias presentes en la sociedad, de este modo, lo que para la mayoría es progreso, en el fondo es un proceso de ruinas y cadáveres de quienes han sido oprimidos a lo largo de historia y no aparecen en el relato oficial de una historia lineal.

Dicho lo anterior, retomemos la idea de "clases creativas" de Richard Florida (2010, 2011), uno de los economistas y *gurús* más reconocido de los últimos años por orientar gobiernos e instituciones en desarrollo económico, quien se ha atrevido a plantear el surgimiento de esta nueva clase social fundada por la necesidad de creatividad. Recordemos que Florida (2010) se refiere a un grupo socioeconómico compuesto por profesionales altamente educados y creativos, que se dedican a ocupaciones relacionadas con la creatividad, la innovación y la producción cultural. Leamos:

Todos los miembros de la clase creativa (tanto si son artistas o ingenieros como músicos, informáticos, escritores o empresarios) comparten un espíritu creativo común que valora la creatividad, la individualidad, la diferencia y el mérito. Para los miembros de la clase creativa, todos los aspectos y todas las manifestaciones de la creatividad (tecnológica, cultural y económica) están interrelacionados y son inseparables. (p. 47)

Los argumentos apuntan a que estas clases creativas son la fuerza impulsora detrás del crecimiento económico y la revitalización urbana en las ciudades. Estas clases tienen como una de sus características principales la forma de trabajo creativo, es decir, la mercantilización de los productos resultantes de la creatividad y la imaginación y el autor plantea que es la gran clase emergente de esta época. La diferencia que plantea Florida (2010) entre esta nueva clase y el resto de las clases es la siguiente:

A los integrantes de la clase trabajadora y de la clase servicios se les paga, principalmente, para que actúen siguiendo un plan establecido, mientras que a los miembros de la clase creativa se les paga, sobre todo, para que creen, por lo que disponen de una autonomía y de una flexibilidad considerablemente mayores que las otras dos clases. (pp. 47-48)

No obstante, podemos encontrar el surgimiento de la clase creativa en la manera de la recomposición de la figura del artista y del empresario, o del bohemio y el burgués, algo que hemos abordado en el apartado de la creatividad como variable económica y de desarrollo del capítulo 2. Sin embargo, el modelo de organización de empresa llega a ser el del proyecto de *open source* o de la sociedad del conocimiento que originalmente nació para exceder los confines de la propiedad intelectual, dentro de los cuales el trabajo creativo acaba siendo reconducido (De Nicola, Vercellone & Roggero; 2007). Lo que podemos entrever en la propuesta de Florida es que “la singularidad asume la apariencia del individualismo, la autovalorización deviene culto del hedonismo, el común se transfigura en el emprendedor de negocios” (De Nicola, Vercellone & Roggero; 2007, p.3). Es así como la figura artística o de la contracultura es el modelo de inversión de capital humano, algo que transversaliza toda la figura del sujeto creativo.

Ahora bien, siguiendo la lógica de la emergencia de una nueva clase que corre el riesgo de presentarse como la ideología de la clase media y viendo como esto responde a postulados neoliberales de un individualismo exacerbado, estamos de acuerdo con De Nicola, Vercellone y Roggero (2007) cuando plantean que no se puede pensar la clase creativa como un fenómeno natural, y agregamos, como un producto consecuente de la historia, sino, como un “concepto político en devenir, que se da en la subjetivación inmanente al mundo del trabajo que intenta exceder los procesos de jerarquización e individualización destinados a controlarlo y contenerlo” (Nicola, Vercellone & Roggero, 2007, p. 5).

Habría que decir también que podemos rastrear en el pensamiento de Florida la exclusión de aquellos grupos que no se ajustan al perfil de las "clases creativas", y, evidentemente, la razón no es que no quieran, sino que las condiciones de desigualdad no están dadas para que lo puedan hacer. De este modo, es problemático cuando este trabajo se presenta por la ideología de la creatividad como accesible a todas las personas en la medida que todos poseen una mente para mercantilizar o las facultades necesarias para despertar el espíritu creativo en el momento que menos se imagina. Al respecto, Zukerfeld (2008) es muy claro retratando el proceso dicotómico entre los incluidos y los excluidos en el trabajo cognitivo, porque más allá de los usos instrumentales de este trabajo, es algo que sólo opera en el mundo de los incluidos, de aquellos que pueden darse el "privilegio" de trabajar con la mente. Según este autor:

El "éxodo" de los europeos de clase media que desertan de sus empleos aburridos no es muy parecido al de los mexicanos que cruzan la frontera con EE.UU. La "manipulación de afectos" que realiza un gerente de mercadeo no es precisamente la misma que la que se le impone a una niña prostituida en Tailandia. "Poner a trabajar las facultades lingüísticas" de los ejecutivos en una reunión de brainstorming no resulta del todo homologable a los gritos de los inmigrantes africanos que ruegan por sus vidas". (Zukerfeld, 2008, p. 61)

No podemos pasar por alto esto, ya que, bajo los argumentos aparentemente igualitarios e inclusivos del neoliberalismo y el talento de cada sujeto de ser empresario de sí o de hacer uso de su creatividad, se evidencia que es algo que sólo opera sobre quienes acceden a condiciones específicas. En última instancia lo que el tiempo mostrará es que tal idea produce desigualdad, violencia y exclusión que se soportan en el poder gubernamental, es decir, en el control de la vida. En este sentido, donde la libertad se vuelve condición de control de la vida, también es la posibilidad de resistirse,

Ahora bien, estas nociones que realizan una clara distinción entre personas a raíz de su creatividad también quedan expuestas en los planteamientos de la creatividad y la autorrealización de Abraham Maslow (2001). El autor, tras años de estudiar las características de personas exitosas en el campo personal y laboral llegó a denominar personas "verdaderamente humanas" a quienes poseían un alto nivel de autoconciencia y bienestar psíquico, llegó a la conclusión de que la

autorrealización sólo era posible gracias a altos niveles de creatividad que configuraban una forma particular de ser.

Más allá del rigor científico de estas investigaciones, nos interesa señalar la manera de legitimar un sujeto creativo y autorrealizado como sujeto ideal, el cual gestiona el riesgo y la tensión de manera positiva siendo capaz de producir algo. Ahora bien, esta representación cobra especial valor en el mundo productivo, es decir, en el campo laboral, entendido como un nuevo escenario privilegiado para la expresión del yo y el desarrollo de las propias capacidades (Béjar, 1993), cuyas características de flexibilización, inestabilidad, proclividad al cambio y a la volatilización del capital, privilegiaron la noción de aprovechar creativamente los escenarios inciertos y contradictorios (Bauman, 2003).

La teoría de Maslow consideraba que la autorrealización, el nivel más alto de su jerarquía de necesidades, involucra el desarrollo pleno de las capacidades y talentos individuales. Así, cuando las personas satisfacen sus necesidades básicas y dejan de preocuparse por la supervivencia, tienen la oportunidad de explorar y expresar su creatividad de maneras significativas.

Resulta de interés señalar cómo el material prescriptivo sobre la creatividad garantiza que es posible llegar a ser creativo por medio del seguimiento de pautas e instrucciones precisas y que, por lo tanto, la creatividad no es un talento excepcional sino un proceso que puede ser entrenado y aplicado a los más diversos ámbitos de la vida humana y, que, en caso de desarrollarlo, conlleva a ser “verdaderamente humano” (Maslow, 2001).

Es problemático como la creatividad es presentada como condición y resultado del éxito, tanto en el ámbito laboral como en la vida en general, sin embargo, empezamos a avizorar que cuando se plantea que se debe llevar una vida creativa es porque interesa estar trabajando, produciendo y creando constantemente, más no porque la vida, por el mero placer esotérico, se deba enfocar a la creatividad. Esto lleva a preguntarse por cuáles serían las condiciones que posibilitan referirse a personas “verdaderamente humanas”, mientras que irremediamente dejan un espacio para aquellas que, se supone, no son creativas y, por ende, no son “verdaderamente humanas”. De este modo, como lo plantea Vera (2013), la tensión entre opuestos se presenta como una condición necesaria para pensar al sujeto creativo ya que, si nos referimos a una persona verdaderamente creativa y autorrealizada, implica una contraparte que no se acopla a este ideal de subjetividad representado en los discursos sobre el desarrollo humano (p.1066).

Abordar la problemática de la subjetividad, o de las versiones del ser persona (Rose, 1999), en relación con el análisis de los discursos sobre la creatividad empresarial, contribuye a la comprensión de las nuevas demandas que configuran un tipo de sujeto trabajador capaz de responder a condiciones laborales que incluso podrían ser adversas. Bajo el título de “trabajo creativo” se promueve una continuidad entre la actividad laboral y la vida personal, lo que conlleva a una identificación entre trabajo y trabajador que se afiliará ‘naturalmente’ con la noción de éxito, un “autodesafío” en el que se prueba la personalidad (Béjar, 1993). Rose (1998) explica que los sujetos contemporáneos se definen entonces como “sujetos de gobierno”, es decir, como individuos activos que buscan “realizarse a sí mismos” y maximizar su calidad de vida mediante actos de elección que les confieren sentido y valor. Se trata de personas definidas en su esencia como criaturas libres, autónomas y “autogobernadas”, que cumplen sus obligaciones ciudadanas conforme consiguen su propia realización, siendo responsables respecto a su propio destino. El autogobierno se configura como una forma de poder que se ejerce sobre la vida cotidiana y que ordena y designa a los individuos por una ley de verdad sobre sí mismos que debe ser reconocida. Los individuos se transforman en sujetos amarrados a su propia identidad por la conciencia o el conocimiento de sí mismos (Foucault, 1998) y su capacidad de autogestión.

Retomemos nuestro material de análisis para poner en evidencia cómo de manera metafórica se distingue entre sujetos creativos y no creativos y cómo estos se relacionan con el empleo, es decir, son los sujetos creativos aquellos que las empresas desean. Goleman y su equipo (2016) citan las palabras de un reconocido empresario.

En una colmena hay diferentes tipos de abejas: obreras y exploradoras (...). Las abejas exploradoras son las abejas creativas de la colonia. Vuelan continuamente para encontrar nuevas fuentes de polen. Cuando encuentran una, vuelan de regreso a la colmena e indican a sus compañeras dónde se encuentra el nuevo descubrimiento. Entonces van las abejas obreras, de una manera muy bien ordenada y controlada y traen el polen. Pero las abejas exploradoras no recogen ni una gota de néctar ni un grano de polen; ellas están hechas solo para volar por ahí y explorar. Ese es el equilibrio que me gustaría crear en una empresa (...). (p. 158)

Como vemos, se hace una clara diferenciación entre obreros y explotadores equiparado con creativos y no creativos. A pesar de que de que todos estos textos se fundan en la promesa de que todos pueden ser creativos. Vemos de manera implícita en el texto de Goleman o de manera explícita en los planteamientos de Florida, como se dirigen a un segmento de la población trabajadora cuyas labores administrativas e intelectuales se concentran en labores específicas. De este modo, la idea inicial de creatividad para “todos” queda, en la práctica, rápidamente desplazada por postulados que sólo se hacen factibles para un segmento de la población, así, la creatividad para “todos” en la dimensión práctica queda reducida a una estrategia discursiva e ideológica que se vuelve eficaz para capturar a todo público. En otras palabras, aunque vemos que la idea de la creatividad sólo termina operando en sectores muy específicos de la sociedad, concretamente en sectores favorecidos, su discurso tiene implicaciones sobre toda la población al plantear que todos podemos ser creativos, creando una necesidad insatisfecha o un sentimiento de culpa y responsabilización en aquellas personas que no logran transformar su creatividad en valor económico, de manera más concreta, quienes no logran trabajar haciendo uso de la creatividad y se les termina haciendo sentir que son “holgazanas” y conformistas. (Kao, 1997).

Ahora bien, si es en las empresas donde se busca el despliegue de la creatividad, y, además, se ha planteado un sujeto ideal prototípico que se sustenta en la creatividad y ha sido llamado un sujeto “verdaderamente humano”, así, la figura del líder, promotor de la creatividad, sería una suerte de figura ideal capaz de resolver las carencias creativas de las empresas apelando, ante todo, a estrategias emotivas y motivacionales. Pongamos esto en evidencia con el texto de Goleman y colaboradores (2016):

El líder de empresa del futuro se parece más a una madre o un padre de familia, o un entrenador en un equipo deportivo. Tienes que crear un clima en el que la gente se sienta respetada, sienta que tienes fe en ellos, incluso que los quieres. Tienes que dirigir mediante el amor. Y al hacerlo así, ayudarás a que la gente desarrolle su pleno potencial, se atreva a correr riesgos y emplear su intuición para tomar decisiones. Y pueden hacerlo porque saben que, aunque a veces fallen, se les dará una nueva oportunidad. (p. 176)

Pareciera que cualquiera puede ser el líder de la empresa del futuro al equipararse con una figura paternalista. Ahora bien, como hemos señalado anteriormente, primero, esto es característico

de este tipo de contenido prescriptivo que pretende generar una identificación emocional con los lectores, además, como hemos venido planteando en este apartado, el espacio destinado para estos líderes creativos se corresponde con cargos específicos que terminan ocupando unos pocos y, generalmente, a quienes hacen parte de una clase “autorizada” a dirigir y obligando a otros a obedecer (Rose, 1999).

El cuestionamiento crítico que se plantea es que, mientras en los ámbitos laborales las personas se esfuerzan cada vez más por ser creativas, autorrealizarse y pertenecer a la “clase creativa” mediante el autogobierno, se está perdiendo la noción de compromiso de clases y se está cargando a los trabajadores con tensiones e incertidumbres en su propio trabajo (Sennett, 2007). Además, se evidencia una teoría de exclusión social en la cual las clases dominantes continúan siendo favorecidas a expensas de la continua instrumentalización de la clase media.

Ahora bien, donde la libertad se vuelve condición de control de la vida, como lo acabamos de ver con la instrumentalización de la creatividad en el trabajo, también está presente la posibilidad de resistirse. Las “líneas de fuga” representan un elemento crucial en la teoría de Deleuze y Guattari (2020) y se relacionan con la idea de escapar o liberarse de las estructuras de control y de las limitaciones impuestas por los sistemas dominantes, ya sea sociales, políticos, económicos o culturales. Los autores se refieren a trayectorias o movimientos que emergen dentro de sistemas establecidos, y que representan salidas o posibilidades de escape frente a las limitaciones impuestas por estructuras de poder o control. Son vías de evasión, de creatividad (de una formas y de resistencia, donde se puede experimentar y explorar fuera de las restricciones impuestas por las normas establecidas.

Según el planteamiento de Deleuze y Guattari (2020), una forma de entender la creatividad que se opone a su uso estratégico para el neoliberalismo expuesto a lo largo de este trabajo es su comprensión de manera crítica y no individualista. Así, líneas de fuga no siguen una dirección predefinida ni son necesariamente lineales, sino que representan movimientos o trayectorias que se desvían de las estructuras y normas establecidas. Pueden ser individuales o colectivas, y a menudo implican la creación de nuevas formas de pensamiento, de acción o de organización social que desafían los modelos existentes que pueden manifestarse en múltiples contextos, desde lo social y lo político hasta lo cultural y lo subjetivo. Claro está, su mayor valor no lo podemos reducir sólo a su aparición, sino a la manera de resistirse para que estas formas no sean atrapadas rápidamente en los intereses del neoliberalismo.

6.2. El empresario y el artista identificados con el trabajo

Según De Nicola, Vercellone y Roggero (2007), la “clase creativa” “evidencia la esquizofrenia del trabajador posfordista, esto es, el hecho de ser al mismo tiempo trabajo y capital” (p. 4), algo que exalta de manera ideológica al empresario de sí, que trata de ser superada por Florida al fundir las figuras del bohemio y el burgués. Sin embargo, más que encontrar una configuración política particular de la “clase creativa” frente al sujeto empresario de sí, se evidencia un intento de escisión entre ambas figuras.

Todo esto tiene un trasfondo histórico que no debemos desconocer, porque, además, insta la manera como el capitalismo hace uso de las demandas sociales de una época para fundar su propia salvación. Ya hemos hecho alusiones sobre la importancia de la crítica social y artística en el capítulo 2, sin embargo, en este punto es fundamental retomar algunos aspectos, sobre todo históricos, para comprender el ideal del trabajo creativo.

Boltanski y Chiapello (2002) ponen en evidencia cómo la década de 1990 vuelve sobre una idea fundamental para pensar el funcionamiento de las empresas. Se muestra como lo «propio del ser humano» ha cambiado de naturaleza, mientras era la razón sobre la que se hacía hincapié en la década de 1960, los sentimientos, la emoción y la creatividad toman lugar central en la década de 1990. Así, fenómenos irracionales que se trataron de erradicar han logrado, pese a todo, triunfar en la sociedad y las empresas. De este modo, para que sea eficaz, la empresa debe, en efecto, tener en cuenta cada vez más la capacidad de iniciativa de cada uno de los asalariados que emplea. Apelar a la iniciativa es apelar a la autonomía y a la libertad y permitir que los empleados descubran de lo que son capaces.

Podemos reconocer estos nuevos principios de las empresas del eco de las denuncias anti jerárquicas y de las aspiraciones de autonomía que se expresaron con fuerza a finales de la década de 1960 y durante la de 1970, que, además, terminarán siendo cruciales en el establecimiento y legitimidad de las economías basadas en la creatividad. De hecho, Boltanski y Chiapello (2002) muestran cómo esta filiación es reivindicada por algunos de los consultores que, en la década de 1980, han contribuido a la puesta en marcha de los dispositivos de la nueva gestión empresarial y del movimiento autogestionario que subrayan el compromiso con la juventud y las actividades que han llevado a cabo en las empresas donde han tratado de hacer las condiciones de trabajo más atractivas a partir de diferentes beneficios. De este modo, las cualidades que pasan a ser garantes

de éxito para las empresas son aquellas a las cuales años atrás se oponían; la autonomía, la espontaneidad, la movilidad, la capacidad rizomática, la pluricompetencia, la convivencialidad, la apertura a los otros y a las novedades, la disponibilidad, la creatividad, la intuición visionaria, la sensibilidad ante las diferencias, la capacidad de escucha con respecto a lo vivido y la aceptación de experiencias múltiples, entre otras. Todas sacadas directamente del repertorio del movimiento de mayo de 1968. No obstante, estas denuncias, que en los textos del movimiento iban acompañados de una crítica radical del capitalismo y del anuncio de su fin inminente; se terminan constituyendo en la literatura de la nueva gestión empresarial como objetivos puestos al servicio de las fuerzas que antes trataban de destruir. Así, cuando a día de hoy acudimos a tantos discursos que ven en la creatividad la posibilidad de crecimiento económico y de desarrollo personal, tenemos que percatarnos que tal concepto ya ha sido un demanda capturada y asimilada por los intereses económicos.

La misma crítica artística termina siendo cómplice en su afán de combatir cualquier tipo de convención, moralismo y orden establecido como una forma de presión injustificada, creó a su vez un contexto ideológico particularmente funcional. Muestran Boltanski y Chiapello (2002) que en un momento en el que la consigna era la de inventar la vida cada día, los jefes de empresa pudieron duplicar la creatividad y la capacidad inventiva en sus nuevos dispositivos organizativos e incluso llegaron a pasar, gracias a ello, por hombres de progreso. Esto desembocó en que frente a la creciente demanda de autonomía en el trabajo, la respuesta que pareció más realista y práctica no consistió en un intento de aumentar el nivel de control dando un peso aún mayor a la jerarquía y a los dispositivos de seguimiento, sino, por el contrario, en disminuir la longitud de las cadenas jerárquicas y orientarse hacia la satisfacción de las demandas de tinte libertario, lo que contribuyó a sustituir el control externo por el autocontrol, pero, traducido a las demandas de la crítica artística, se llegó a autonomía, espontaneidad, autenticidad, autorrealización, creatividad. Numerosos desplazamientos podían interpretarse a favor de un capitalismo al que su apertura y modernidad brindan legitimidad, lo que contribuyó a disimular el desmantelamiento de los vínculos que ligaban el mundo del trabajo al mundo cívico o de ocio. Podríamos decir que la expresión *beuysiana* de que “todo ser humano es un artista” tan emblemática para la época, se completó con que todo hombre es un artista productivo.

A partir de lo dicho hasta ahora puede plantear la cuestión de una manera general, a continuación, mostramos como tantas afirmaciones se soportan en la actual literatura prescriptiva

sobre el trabajo a partir de la creatividad. Partamos de lo que se ha entendido como el «trabajo creativo».

Ahora bien, veamos como Daniel Goleman y colaboradores plantean en su libro, *El espíritu creativo* (2016), la relación entre la creatividad y el trabajo con la siguiente historia:

La clásica comedia musical de Hollywood *How to Succeed in Business Without Really Trying* (Cómo triunfar en los negocios sin intentarlo de verdad) satirizaba la forma tradicional de jugar el juego de los negocios. En una canción, el perenne empleado de la oficina de correspondencia explica al ambicioso recién llegado, J. Pierpoint Finch, cómo trepar en el mundo empresarial.

El empleado le dice que, cuando él entró en la empresa, en sus tiempos de joven impetuoso, se había dicho: «No tengas ninguna idea». Y no ha tenido una en años, según asegura a Finch con orgullo. Jugó a lo más seguro, a «la manera de la empresa». ¿Cuál es su punto de vista? No tiene ninguno. Lo que piensa la firma... él también lo piensa. Jugando a la manera de la empresa, según admite nuestro empleado, nunca llegará a lo más alto. Pero si no corre ningún riesgo, sin duda seguirá allí año tras año. (p. 125)

Lo que Goleman quiere señalar es cómo tal comedia ridiculiza la conformidad y el miedo a la innovación, pero mostrará como los tiempos han cambiado a partir de las observaciones de un ejecutivo contemporáneo que tiene veinticinco años de experiencia como gerente de alto nivel y nos dice que gran parte de la energía de nuestros empleados se gasta en represión, en esconder la verdad, ocultar problemas, negarse a enfrentar la realidad, así, dentro de la mayoría de las corporaciones existe poca tolerancia con la insubordinación o la crítica pública. Para este gerente, la gente ve las mentiras y los abusos, la destrucción de los pocos que se atreven a ser osados, iconoclastas y creativos; perciben la falta de confianza, el miedo que resulta palpable en los corredores y oficinas; en las reuniones manifiestan la patología del «pensamiento masificado»; cuando un gerente pide que se planteen problemas o expresen puntos de vista diferentes, la única respuesta es el silencio; por eso, los empleados corporativos de Estados Unidos de hoy viven con terror a equivocarse, a cometer un error, a ser rebajados de categoría o neutralizados. En general,

los que tienen la temeridad de decir la verdad al poder sufren por ello, y el resultado neto es que la empresa queda atascada en la ciénaga de su línea ideológica. (Goleman et al, p.126)

Con esta historia que no sirve de entrada al texto, se nos presenta el cambio en la forma de concebir el trabajo que ya ha sido muy bien asimilado por los empresarios. Es de notar que las empresas deben pasar de un paradigma de control total de los trabajadores hacia uno que les permita liberar la represión. Al final, esto se verá reflejado en el progreso y rentabilidad de la empresa. Esta lógica ya se ha expandido de manera vertiginosa, tanto que es usual que los términos de referencia hayan cambiado en pro de favorecer un ecosistema empresarial que genere más confianza. Así, cada vez se reemplaza más la palabra de jefe o supervisor por líder o *coach*, con el fin de generar más empatía. Podríamos mencionar que esto hace parte de dinámicas laborales que tienen la pretensión de, según Santamaría (2018), volcar las emociones hacia la productividad. Además, claro está, ya es sabido que el neoliberalismo debe responder de manera efectiva a momentos de desacuerdo que pongan en riesgo el modelo económico.

El comentario que hace Goleman sobre las palabras del empresario ejemplifica aún más la cuestión. Según el autor:

(...) por muy fuertes que resulten estas palabras, los negocios necesitan cada vez más trabajadores que posean una mentalidad independiente, que estén dispuestos a correr el riesgo de dar su opinión, que se sientan libres de reaccionar en forma imaginativa al cambio: en una palabra, que sean creativos. (*ibid.*)

Goleman sentencia que las compañías que no se sepan adaptar a las particularidades modernas del trabajo están destinadas a fracasar, se necesita flexibilidad para ingresar en un nuevo mercado global, además, es algo que compete a las economías de países enteros que están sujetas a la creatividad emergente de su pueblo. De manera clara, lo que vemos es que la responsabilidad de la economía la debe asumir el sujeto creativo, que, claro está, se le deben generar y promover las condiciones para poner en juego su creatividad. Ahora bien, aunque la economía no puede ser entendida ni movilizada como algo ajeno a los sujetos, si se presenta una responsabilización de ellos en el destino de las empresas.

El llamado a la creatividad en el trabajo es tal que Florida (2011) menciona que “nunca hasta ahora habíamos valorado tanto la creatividad en el trabajo y las demás esferas de la vida, ni

la habíamos cultivado con tanta intensidad” (p. 43). Culmina diciendo que hasta ahora se está dando rienda suelta a la creatividad como nunca antes, tal impulso o característica que distingue a los humanos de las demás especies. Al respecto, vemos que la creatividad se empieza a asociar con un impulso o sentimiento cercano a lo afectivo. Es saber dar una opinión sin tener miedo a represalias. Es saber encontrar ese impulso creativo que se puede dar en el lugar de trabajo.

Cada vez con mayor frecuencia, el trabajador se considera su propio empresario y el artista no escapa de este plano, en cuanto la crítica ha sido asimilada, la figura del artista también responde a la del empresario de sí que debe invertir constantemente en sí mismo. Siguiendo a Berardi (2003) desde una perspectiva cultural, el trabajador autónomo es llevado a identificarse con su tarea psicológicamente y a considerar su trabajo como una misión existencial que la sociedad le ha encomendado, algo que tiene consecuencias no sólo de carácter económico. De este modo, la identificación con el trabajo no dista en gran medida de la identificación que tiene un artista con su obra, donde hay un encuentro en el ámbito de confirmación e identificación que equiparan la vida con el trabajo.

Todo esto nos lleva a pensar en el lugar del trabajo, antes parecía claro que el lugar para trabajar predilecto era la industria o la empresa, hoy esto no es tan claro, más bien da la sensación de que el lugar hoy es la mente o la propia existencia. Claro está, que actualmente las personas tengan la posibilidad de trabajar con la creatividad no parece algo extraño, algo que hace un par de décadas era difícil de pensar, incluso, si pensamos en la producción que llevaban a cabo los artistas, no podríamos decir de manera acelerada que esto se tratase de trabajo, cuando en principio buscaban oponerse al mismo. En el capítulo 3 hemos visto un recorrido amplio por cómo el arte, la cultura y la creatividad se han vuelto industrias con intereses económicos. De este modo, aunque no es nuevo plantear el trabajo por fuera de la lógica industrial, consideramos que con las industrias creativas se están acentuando y camuflando problemas que ya se habían abordado desde el momento en que la empresa y la persona fueron equiparados, siendo ahora ideas como la creatividad o el talento las que responden a tales problemáticas. Leamos a Tremblay (2011):

Las cualidades que hoy en día se exigen a los trabajadores junto a las nuevas condiciones de trabajo que se les imponen en diversos sectores de la economía se parecen extrañamente a las que dominan desde hace mucho tiempo en los sectores de la cultura y la comunicación:

creatividad, calidad del producto, flexibilidad y versatilidad, imaginación, y un importante grado de novedad, pero también de precariedad de empleo. (p.123).

Es posible recuperar el concepto de *desterritorialización* de la obra de Deleuze y Guattari (2020) para mostrar como el trabajo aparece desvinculado y liberado de sus estructuras, límites o contextos establecidos. Ahora bien, La desterritorialización en el contexto de las formas de trabajo en el neoliberalismo puede entenderse como la ruptura o desmantelamiento de las estructuras laborales y sociales establecidas. En el marco neoliberal, se observa una tendencia hacia la flexibilización y la desregulación laboral que lleva al desdibujamiento de las fronteras tradicionales entre espacios laborales y no laborales, permitiendo la movilidad y la flexibilidad en la forma en que se llevan a cabo las actividades laborales; el trabajo remoto o la contratación por proyectos es una muestra de cómo se rompen con las estructuras laborales convencionales, permitiendo una mayor movilidad y adaptabilidad en la manera en que se realiza el trabajo. También, esta desregulación lleva a la precarización laboral, donde los límites y protecciones tradicionales del trabajo, como contratos estables, jornadas laborales definidas o derechos laborales, se desdibujan o disminuyen. Ahora bien, lo que pretende mostrar esta investigación es que la creatividad, concretamente el sujeto creativo, es una subjetividad que se acopla perfectamente a estas formas de trabajo, verbigracia que en nuestros días ser creativo en el trabajo parezca sinónimo de ser el propio jefe.

6.3. Flexibilidad, autonomía y toma de riesgos: relación entre el artista y el empresario

Angela McRobbie (2022) se pregunta por qué la figura del artista ha llegado a ocupar un lugar tan destacado en los debates del potencial de las industrias creativas, si, históricamente los artistas han sido asociados con ingresos mínimos y una existencia en el umbral de la pobreza. Efectivamente, la autora encuentra en tal imprevisibilidad laboral y existencial, en tal vida de alto riesgo, de flexibilidad y de autonomía una liberación de los costes que conlleva el empleo normal, lo que representa la posición prototípica de la nueva fuerza laboral creativa. Así, si en el empleo regular no era común que las personas trabajen por cuenta propia, los artistas sí solían trabajar de esa manera. De este modo, Angela McRobbie (2022) hace un análisis muy preciso al mostrar cómo en la parafernalia y el romance del trabajo artístico ya se estaba anticipando el futuro del trabajo.

Así, el ritmo del trabajo del artista configura modos de trabajo en la era del neoliberalismo, por ejemplo, en nuestro material de análisis encontramos que Frank Berzbach (2017) destina un capítulo de su libro para hablar de “la vida como taller”, donde se refiere a la noción de ver la vida como un espacio donde se puede ejercer la creatividad de manera constante. Implica adoptar una mentalidad y actitud creativa en todas las áreas de la vida, no solo en el ámbito artístico o profesional. En este enfoque, se promueve la idea de que la creatividad no está limitada a momentos o situaciones específicas, mucho menos que sea algo exclusivo de los artistas, sino que se puede cultivar y aplicar de forma permanente buscando inspiración en las experiencias cotidianas, en los desafíos diarios y en las interacciones con el entorno.

Adoptar "la vida como taller" implica estar abierto a nuevas ideas, perspectivas y posibilidades, experimentar con diferentes enfoques, aprender de los errores y permitir que la creatividad informe y enriquezca cada aspecto de la vida. Es un enfoque que fomenta la exploración, la curiosidad y la experimentación constante, incluso en las tareas más simples y rutinarias. Goleman y su equipo (2016) describen los cambios en el lugar de trabajo en las empresas con el fin de potenciar la creatividad de la siguiente manera:

Dentro de la misma empresa, el lugar de trabajo puede convertirse en un ambiente humano y hogareño, e incluir servicios y comodidades como una guardería. Puede ser un ambiente físico que despierte los sentidos, promueva la relación informal entre gente con diferentes funciones en diferentes niveles y permita momentos de relajación mental durante la jornada laboral. (p. 123)

Se postula que es labor de la empresa promover la transformación del espacio en algo similar a un taller donde la creatividad tenga más probabilidad de emerger. Ahora bien, en este punto podemos pensar en el concepto de “estética de la existencia” que introduce Foucault (1999b) como parte de su exploración en torno a la formación de la subjetividad y la ética. Este término se vincula estrechamente con la preocupación de Foucault por la relación entre el poder, el saber y la construcción de la subjetividad y se refiere al modo en que los individuos moldean su vida, su identidad y su ética a través de prácticas concretas, desarrollando un "arte de vivir" que se basa en la auto-reflexión, la ética personal y las decisiones sobre cómo vivir y ser en el mundo. En este sentido, encontramos una práctica de la libertad y la creatividad que escapa de los intereses del

neoliberalismo. La "estética de la existencia" invita a considerar la vida como una forma de arte, donde los individuos tienen la capacidad de moldear su existencia, sus relaciones y su ética mediante la reflexión, la creatividad y la elección personal, como vemos, "llevar la vida como un taller" no pareciese diferir de manera significativa con la propuesta foucaultiana de la "estética de la existencia. Sin embargo, el factor crucial y problemático que encontramos en la primera concepción es que identifica el trabajo con el trabajo del artista con los intereses de la gubernamentalidad neoliberal, es decir, en la reducción de costes para el Estado o la empresa de una población que ya de antemano parecía que se hacía cargo de sí misma. De este modo, como lo menciona Marion von Osten (2008),

El estudio del artista se ha convertido en un sinónimo de la unión de tiempo de trabajo y tiempo de vida, y también de la innovación y la multiplicidad de ideas. Es en esta dirección en la que la ideología neoliberal, vista desde su dimensión estética, que rige ahora mismo la configuración del hogar y del despacho para convertirlos en «espacios vitales», podría materializarse plenamente. Los sujetos son emplazados en nuevos entornos y las ocasiones de crear nuevos estilos de vida vinculadas a este hecho no hacen sino proliferar ante ellos. (p. 87).

Como vemos, el estilo de trabajo y de vida que ha sido atribuido al artista se torna como una nueva forma de experiencia vital. Según McRobbie (2022), este campo ofrece la posibilidad de instaurar una "política de empleo" donde el artista es el modelo a la vez que se está libre de seguridades sociales, pero que, por demás, disfruta del entretenimiento, la vida social y la educación. Así, parece que la figura del artista se vuelve representativa de las formas de precarización laboral, además de sujeto activo en el mercado de consumo. Incluso, podemos plantear que la precarización laboral del artista también es romantizada e hipostasiada como una suerte de condición favorable para la creación. Esto lo podemos ver en Goleman y colaboradores (2016) leyendo una cita que traen del animador Chuck Jones: "Creo que la ansiedad es vital. Pero la disposición a enfrentarla es lo que hace a un artista. Cuando pones el lápiz aquí y dices: "Ahora sé qué puedo hacer"" (p.60). Así mismo, entre este comportamiento de los artistas y la necesidad que se ha establecido en los trabajadores de "trabajar bajo presión" podemos establecer una relación muy estrecha.

Ahora bien, retomemos las características del artista que son vistas de manera casi natural y ontológicas para esconder y perpetuar los intereses del gobierno neoliberal. Abordemos la capacidad de multiplicar el amplio abanico de actividades y de extender el riesgo que suele equipararse como una oportunidad muy específica que se debe aprovechar. Así, este tipo de persona puede utilizar el mercado y sus mecanismos competitivos para emprender donde lo considere conveniente en cada oportunidad disponible. “La empresa o el empresario que está abierta a la posibilidad y a los sueños es la que puede aprovechar la oportunidad cuando está madura” (Goleman *et al*, 2016, p.160). Sobre esto, retomemos a Berardi (2003) cuando en su análisis del trabajo en la sociedad contemporánea expresa:

Cuando un apologeta de la nueva economía usa la palabra «oportunidad» debéis tener cuidado: quiere decir que hay alguien que quiere lucrarse de vuestro trabajo y haceros creer que si no estáis dispuestos a dejaros exprimir corréis el riesgo de perdernos algo. (p. 84)

Así, el concepto de “oportunidad” tiene un gran impacto dentro de la cultura del emprendimiento, pero que cobra una fuerza particular cuando se realiza el análisis con el componente creativo. La “oportunidad” es algo que suele aprovechar el artista o la persona creativa, algo que no puede dejar pasar y, en este sentido, es un comportamiento que debe asimilar el emprendedor. Ahora bien, siguiendo a Cabanas e Illouz (2019), el individuo que innova, que inventa, que aplica ideas creativas para abrir nuevas posibilidades lo hace por su cuenta y riesgo. Con esto, queremos enfatizar en que esta forma de asumir riesgos es una característica del sujeto creativo, pero que, ante todo, debe expresar y sacarle provecho en el trabajo. Goleman y su equipo (2016) destacan que: “Una empresa de Iowa lleva a sus empleados al campo para que compitan en una carrera de obstáculos para que, cuando regresen a la oficina, aprendan a confiar en sus compañeros y correr riesgos creativos” (p. 19).

Ahora, pasemos a la idea de flexibilidad, que, como lo hemos señalado en el apartado del valor de la creatividad como variable económica del capítulo 2, aparece como una demanda y exigencia que provenía tanto de la crítica artística como de la crítica social, pero que fue asimilada de muy buena manera para gobernar a los individuos. Berardi (2003) refuerza esta idea al plantear que la flexibilidad es una invención de los jóvenes obreros que, en los años sesenta y setenta, cuando la demanda de trabajo por parte de las industrias era fuerte, estaba el deseo de libre

comunidad y nomadismo, descubrieron que era posible trabajar algunos meses para un patrón y despedirse, ahorrar el salario y recorrer el mundo hasta que volvía a ser necesario buscarse otro trabajo temporal. Sin embargo, hasta este punto, Berardi (2003) encuentra una forma de libertad que funcionaba y respondía a las exigencias planteadas y a organizaciones y acuerdos colectivos que establecen reglas culturales ampliamente compartidas sobre la flexibilidad laboral, como la lucha por la precariedad laboral y la defensa del salario. Sin embargo, como lo menciona Berardi (2003), con la agresividad capitalista y el desvanecimiento de la organización proletaria, la flexibilidad se ha convertido en plena dependencia del tiempo de vida social de las exigencias de la productividad y la explotación.

Así, en cuanto la flexibilidad ha sido asumida dentro de los ideales neoliberales de productividad y explotación, es una bandera que se iza constantemente para adaptarse a las particularidades del trabajo moderno. Goleman y su equipo mencionan (2016): “Nuestra vida puede estar llena de momentos creativos, hagamos lo que hagamos, mientras seamos flexibles y estemos abiertos a nuevas posibilidades: dispuestos a ir más allá de la rutina” (p. 29). Y, de manera más concretas sobre la necesidad de la flexibilidad en el trabajo expresan:

Las compañías individuales que no logran responder en forma flexible al cambio ya están por cierto condenadas al fracaso. Pero hay mucho más en juego. Las economías de países enteros dependen de las capacidades creativas emergentes de su pueblo. Como nunca antes, la calidad general de la vida de un país depende de la aplicación de la inteligencia, incluso de la sabiduría, para la solución de problemas en el trabajo. (Goleman et al., 2016, p. 127)

Como vemos, la flexibilidad laboral se asocia con la capacidad creativa, así, en la figura del artista bohemio y del empresario flexible, el neoliberalismo traza una semejanza que le es sumamente útil. La flexibilidad permanente depende tanto del trabajador como de la propia empresa, en este sentido, se resalta la importancia de la aptitud del individuo para mostrarse flexible ante cualquier posible eventualidad se ha convertido en un importante factor de productividad y por esta razón las técnicas psicológicas destinadas a mejorar esa capacidad son especialmente apreciadas y buscadas (Cabas e Illouz, 2019, pp 86-87).

Estas necesidades de flexibilidad laboral no sólo han transformado la idea de trabajo, sino que han reafirmado y capitalizado nuevas formas laborales que surgieron de las demandas de

flexibilidad laboral, como lo vimos con Berardi (2003). Ahora bien, la flexibilidad se presenta como un imperativo en el trabajo y como lo señalan Arango, Bedoya Hernández y Muñoz Duque (2021), “esta movilidad significa estar habilitado para desempeñar diversas funciones en diferentes lugares y momentos según la necesidad de la empresa” (p. 16), algo que podemos ver plasmado en formas contemporáneas de trabajos temporales, por proyectos, por obra-labor o por servicios que han venido transformando la figura del trabajador en un proveedor, *freelancer*, consultor, promotor o asesor; todos estos, perdiendo las garantías y seguridades sociales de las cuales las empresas se hacían cargo, decisiones que vienen acompañadas de legislaciones laborales que permiten a las empresas contratar y despedir mucho más fácilmente (Cabanas e Illouz, 2019) y que terminan asimilando todas estas formas de trabajo en la lógica neoliberal del empresario de sí mismo, en suma, “lo que es sinónimo de seguridad para las empresas es sin duda sinónimo de inseguridad para sus empleados” (Uchitelle y Kleinfeld citados en Cabanas e Illouez, 2019, p. 87).

Finalmente, retomemos la cuestión de la autonomía, que, aunque relacionada con los aspectos anteriores, comprende matices que vale la pena señalar. Podemos partir pensando la autonomía que tiene el artista para llevar a cabo una obra, incluso, podríamos decir que, aunque posea un taller o un espacio físico para la creación, puede llevar su función creadora a todas partes y crear en cualquier momento y lugar. De este modo, un trabajador en cuanto creador, que suelen llamarse *productores culturales* o *creativos*, está en la capacidad de producir en cualquier momento y cualquier lugar. Esta forma de trabajo está claramente vinculada a la dimensión cognitiva, donde se ha desterritorializado el trabajo y que hemos mencionado al inicio de este capítulo con la idea del *sujeto que vive en el trabajo de crear*.

Ahora bien, según Cabanas e Illouz (2019) la autonomía es quizás uno de los elementos más obvios que podemos vincular en las nuevas formas de trabajo, además, se relaciona con una característica que acompaña al artista en todo momento. No obstante, bajo la autonomía, el sujeto es dotado de motivación y de los medios necesarios para alcanzar sus objetivos y, finalmente, que se haga cargo de los éxitos y de los fracasos que resulten de su desempeño laboral, que, generalmente son concebidos de manera solitaria, sin considerar a los demás. Para Julia Cameron (2019), autora del libro *El camino del artista*, autodenominado “la biblia de los creativos”, “Nos hacemos más flexibles con nosotros mismos mientras que nos volvemos menos vulnerables a los caprichos de los demás. Somos más conscientes de nuestra autonomía y de nuestras posibilidades”

(p. 16). Es decir, la autonomía no sólo empieza a evidenciar una responsabilización completa de los sujetos, sino una desvinculación de lo que puedan decir u opinar otros. Para Berzbach (2013):

El trabajo creativo es, sin duda, un asunto solitario, el diseñador desarrolla su actividad aislado y concentrado. en compañía de otros podemos desarrollar más rápidamente labores rutinarias, y para este tipo de cosas los grandes espacios diáfanos presentan más ventajas. Pero los procesos creativos pueden incluso verse obstaculizados por la presencia de otros, a causa de las distracciones y el ruido. (p. 74)

Así, el autor señala que trabajar sólo es una de las características del trabajo creativo, además, resalta la necesidad de desarrollar habilidades de autodisciplina y autorregulación al trabajar en solitario. Sin la presencia de un jefe o una estructura jerárquica que impone horarios y metas, es responsabilidad del individuo establecer una rutina de trabajo, fijar objetivos y mantenerse motivado. La autodisciplina se vuelve fundamental para mantener la productividad y avanzar en los proyectos creativos (p. 97).

Lo anterior expresa una lógica similar al comportamiento autónomo del trabajador en la empresa, empresa que como hemos venido dilucidando, termina siendo la propia vida. Esto tiene consecuencias directas sobre el trabajo y la vida, la autonomía se convierte así es una falsa retórica de empoderamiento que oculta el verdadero propósito de culpabilizar a los trabajadores para que hagan suyos no solo sus propios fracasos y también los de la propia empresa (Cabanas e Illouz, 2019). En últimas, como lo dice Berardi (2003), en el plano sustancial, la autonomía del trabajador es pura ficción, es decir, opera como una retórica que lo responsabiliza y culpabiliza.

6.4. Trabajo creativo y «precarización de sí» como forma de gobierno

Todo lo que hemos desarrollado en este capítulo nos lleva a comprender cómo la gestión que hace el trabajador de sí, desde la asunción de riesgo, la flexibilidad y la autonomía, se relacionan directamente con la precarización laboral que, además, es cooptada como forma de gobierno. Ahora bien, aunque la forma de gobernar a partir de la precarización laboral y la responsabilización en el sujeto se ha abordado de manera suficiente, consideramos importante

cerrar este capítulo pensando la relación entre el trabajo basado en la creatividad y la precarización laboral.

Comencemos con el estudio que McRobbie (2022) recupera de Hesmondhalgh y Baker que muestra cómo un grupo de entrevistados de tres sectores creativos muestran sus preocupaciones por la inversión de tiempo y energía en campos caracterizados por contratos a corto plazo, altas tasas de precarización y una proliferación de trabajos independientes, además, los investigadores muestran cómo los trabajadores saben que la afiliación sindical puede significar perder el trabajo.

De este modo, para McRobbie (2022), la precarización de sí significa asentir respecto de la explotación de cada aspecto de la vida, incluida la creatividad. Tal es la paradoja de la creatividad como gobierno de sí, «gobernarse, controlarse, disciplinarse y regularse significa, al mismo tiempo, fabricarse, formarse y empoderarse, lo que, en este sentido, significa ser libre y en este sentido, nos apoyamos en Lorey (2008) para plantear cómo la precarización se convierte en una estrategia de conducción de la vida en el gobierno neoliberal. Así, el objetivo de que las personas vivan en una precarización constante lleva a que adopten una serie de estrategias que los hagan cada vez más responsables y creativos, sobre todo en el marco de la configuración de una subjetividad creativa.

Isabel Lorey (2008) analiza cómo las formas de autonomía y libertad están conectadas con los modos hegemónicos de subjetivación en la sociedad capitalista, a esto, nosotros le agregaremos la creatividad como una demanda social que, en un momento también fue crítica, pero que ahora también se encuentra asimilada en el discurso gubernamental hegemónico y estratégico. Así, el uso promovido de la creatividad a los trabajadores termina respondiendo y alineándose de forma activa a la dinámica de la racionalidad neoliberal.

McRobbie (2022) sostiene que la precarización laboral ha afectado de manera significativa a los trabajadores del sector cultural. Señala que la creciente liberalización y desregulación económica ha dado lugar a la emergencia de un "trabajador cultural flexible" que se caracteriza por la falta de seguridad laboral, la inestabilidad contractual y la ausencia de beneficios sociales. Para McRobbie (2022), la precarización laboral en la producción cultural se ha visto agravada por la ideología del emprendimiento y la autoexplotación. Los trabajadores culturales a menudo se ven presionados a adoptar una actitud empresarial, asumiendo la responsabilidad de su propia promoción y comercialización, y participando en prácticas de trabajo no remunerado o mal remunerado en aras de la visibilidad y el reconocimiento.

Ahora bien, las anteriores son características del trabajo en la racionalidad de gobierno neoliberal que se plantean de forma genérica, no obstante, planteamos que para la figura del artista, productor cultura o creativo, son características que se han naturalizado de manera ontológica y originaria, como si los artistas siempre hubiesen estado acompañados de tales condiciones laborales, e, incluso, se plantean como una necesidad, es decir, se lleva a pensar que bajo las situaciones de incertidumbre, de riesgo, de ansiedad o de estrés, se presenta un estado anímico oportuno y muy propicio para llevar a cabo el proceso creativo.

En este sentido, en la medida que la precarización como una forma de gubernamentalidad termina siendo «elegida para sí», planteamos que, bajo la figura del sujeto creativo, *el trabajo es creado y aplicado por uno mismo*, algo que, siguiendo a Lorey (2008), contribuye a producir y mantener las condiciones que permiten convertirse en parte activa de las relaciones políticas y económicas neoliberales.

Los escritos de Foucault sobre biopolítica son un punto de partida importante para pensar la participación activa de los individuos en la dinámica del poder y que conllevan al gobierno de sí mismo, desde esta perspectiva parten Lorey (2008) y McRobbie (2022) para pensar la precarización de los productores culturales. De este modo, Lorey (2008) describe como Foucault en *Historia de la sexualidad* señala dos puntos cruciales del hombre moderno; primero, aprender la manera de poseer un cuerpo bajo ciertas condiciones existenciales; segundo, desarrollar una relación creativa y productiva «consigo mismo», una relación en la que es posible crearse «su propio» cuerpo, «su propia» vida y a «sí mismo»” (p. 62). No obstante, la idea de moldearse o crearse a uno mismo surge de manera dependiente de los dispositivos de gubernamentalidad.

Dicho esto, el individuo moderno se ve comprometido a llevar un tipo de relación consigo mismo donde deba acrecentar de manera permanente su capital humano y, en lo que se refiere al mundo laboral, debe venderse como fuerza de trabajo. Así, Foucault (2007a) llama las «artes de gobierno» a estas nuevas formas de control que estaban «interiorizadas». Lorey (2008) señala cómo a principios de la era moderna la propiedad adquirió un «significado antropológico», algo que, pensado desde la gubernamentalidad biopolítica lleva a que el sujeto moderno “se constituye mediante relaciones consigo misma de tipo individualista y posesivo que son fundamentales para la conformación de las ideas, históricamente específicas, de autonomía y libertad” (p. 65). Ahora bien, en las sociedades gubernamentales biopolíticas lo hegemónico está atravesado por la idea de lo “normal”, como bien lo mostró Foucault en sus estudios sobre la historia de la sexualidad y de

la locura, así, somos gobernados por un dispositivo de control que normaliza al sujeto, lo enmarca en unos límites de ser sujeto posible y legítimo.

Dicho lo anterior, el sujeto creativo está comprometido y participa de manera activa con hacer de su vida una “obra”, una relación que se promueve de manera creativa, pero que es, ante todo, *productiva*. Este sujeto está inmiscuido y enmarcado en toda una red fabricada por un dispositivo de creatividad que lo configura como un sujeto posible, un sujeto ideal y “normalizado” que se relaciona consigo mismo de manera individualista y posesiva. Lorey (2008) nos señala cómo lo normal es naturalizado como efecto de autenticidad, de facticidad. Esto opera con la creatividad al convencernos de que es un atributo natural de nuestro ser, o alguna “esencia” de la naturaleza humana, cuando en realidad es un efecto de las relaciones de poder. Para Lorey (2008), estos tipos de «verdades interiores, naturales» suelen ser inalterables, persistiendo hasta hoy la idea de que los sujetos tienen la capacidad o la necesidad de modelarse y diseñarse a sí mismos y a su propia vida, como lo vemos promovido por el dispositivo de la creatividad. En síntesis, en la siguiente paradoja se encuentra el modo posible en que los sujetos son gobernados mediante el gobierno de sí mismos: “Gobernarse, controlarse, disciplinarse y regularse significa, al mismo tiempo, fabricarse, formarse y empoderarse, lo que, en este sentido, significa ser libre. En esta lógica se acentúa el «el empresario de sí» como modelo de subjetivación” (Lorey, 2008, p. 68). Por esta razón, Foucault planteaba que el poder sólo recae sobre sujetos libres (Foucault, 1982).

En la actualidad, retornando a la dimensión del trabajo, vemos que la precarización ha pasado a tener una función estratégica y hegemónica en el gobierno, una función que se presenta casi natural. Algo que es evidente en la subjetividad prototípica del «el empresario de sí», pero, como hemos mencionado, parece más evidente en los artistas o productores culturales y creativos que, han sido asociados y destinados a ser precarios de manera natural, siendo una condición que pareciera siempre los ha acompañado.

Desde esta perspectiva, la vida y el trabajo son la misma cara de la moneda. Es decir, no sólo la reproducción de la fuerza de trabajo ha estado en el foco del interés gubernamental, sino la vida misma. De este modo, para Lorey (2008), el potencial creativo de la vida es el constitutivo de la paradoja de la subjetivación moderna, lugar donde se constituye la precarización como contradicción, es decir, donde el sujeto es responsabilizado de sí.

Retomemos por un momento los postulados de Luc Boltanski y Eve Chiapello (2002) desarrollados en el último apartado del capítulo 2 donde un nuevo espíritu del capitalismo que

podía ser localizado por la integración y reformulación estratégica de la «crítica artista», una crítica dirigida a la uniformidad de la sociedad de masas, a la falta de autonomía individual y a la pérdida de las relaciones sociales auténticas. Además, recordemos como con las prácticas resistentes de los movimientos de mayo del 68 se orientaban de forma enfática a diferenciarse de los modos de trabajo clásicos o existentes. Demandaban una flexibilidad y autonomía laboral que les permitiera decidir en qué, con quién y dónde trabajar; todo esto a favor de tener el control del tiempo propio y lograr disfrutar del trabajo, incluso restando importancia al salario. Así, la aceptación de condiciones laborales precarias era aceptada con el fin de resistirse al trabajo asalariado normal.

No obstante, como también lo habíamos abordado en el capítulo 2, la crítica es coartada y asimilado por el gobierno y terminan siendo estas condiciones de vida y trabajo contraculturales las que se han convertido en las más útiles en términos económicos, puesto que favorecen la flexibilidad que exige el mercado de trabajo (Lorey, 2008), algo que en la actualidad seguimos evidenciando de forma creciente. De este modo, las prácticas y discursos de los movimientos sociales, por lo menos desde finales de la década de 1960 no sólo han sido resistentes y se han enfrentado contra la presión de la normalización, sino que, al mismo tiempo, han formado parte de las transformaciones que han desembocado en la forma de gubernamentalidad neoliberal que, como lo vemos, es capaz de adaptarse a diferentes condiciones con suma facilidad.

Lo anterior nos muestra el interés estratégico del gobierno neoliberal por exaltar estas formas de vida alternativas, flexibles y precarizadas por elección. Al respecto, Lorey (2008) menciona que los productores culturales están perturbados por ser el modelo de subjetividad de la sociedad, por sentir que han sido ubicados en el modelo ideal de subjetividad normalizada que promueve el neoliberalismo. Ahora bien, más allá de comprender como todas las personas son conducidas y gobernadas por la precarización, concierne comprender la forma cómo los productores culturales y creativos han elegido de manera deliberada condiciones precarias de vida y trabajo, operando como una suerte de resistencia hacía el trabajo clásico.

Retomemos el trabajo empírico que llevan a cabo Hesmondhalgh y Baker (2011) en Reino Unido al entrevistar a productores culturales y creativos sobre sus condiciones laborales (McRobbie, 2022). Los autores quedan perplejos al evidenciar la aparente disposición con la que los entrevistados se comprometen a jornadas de trabajo de doce horas que, incluso, ellos mismos justifican. Además, en las características de los productores culturales, Lorey (2008) señala que suelen ser personas que persiguen trabajos temporales, por proyectos flexibles que les permitan

tener varios trabajos y, por lo general, sin ningún tipo de seguridad social para enfermedad, desempleo u otra garantía. Lo particular es que estas son prácticas que el mismo sujeto busca. Así, esta forma de trabajo con la propia creatividad no deja de reproducir la forma de gubernamentalidad, por más que se quiera hacer parte.

Trabajar de forma creativa termina siendo una forma de precarización y explotación anticipada en cuanto se sabe que se soportan estas condiciones al “creerse” libre, autónomo y conocedor de la propia precarización. Ahora bien, como lo vimos en el manifiesto de Tony Blair y Gerhard Schröder citado en la introducción de este trabajo, estos sujetos terminan siendo idealizados, presentados como las figuras modélicas o prototípicas de la sociedad, pero explotados y precarizados hasta el límite.

Finalmente, podemos cerrar este apartado resaltando cómo el trabajo basado en la creatividad termina siendo compatible con la lógica de gobierno neoliberal, donde la realización y creación de sí mismo se convierte en una suerte de «soberanía» que, según Lorey (2008), significa confiar en la propia “libertad” de vivir y trabajar de manera precaria, por lo tanto, encontramos una relación directa entre el sujeto que se nutre de creatividad como clave para fortalecer su capital humano y convertirse en un «artista de sí mismo» que, a cambio de una sensación de libertad y autonomía ficticias, irremediabilmente se ve significado en la «precarización de sí mismo».

7. Consideraciones finales. El sujeto creativo, ¿ideal del neoliberalismo o potencial de transformación?

La serie de capítulos expuestos en este trabajo han tenido la pretensión de desarrollar toda una analítica que revele un tipo de sujeto atado y promovido por relaciones de saber y poder. En este sentido, el amplio abordaje que hemos realizado nos lleva, de manera lógica, a sentenciar la figura ideal de *sujeto creativo* como aquel que responde de manera favorable a las demandas y urgencias de la racionalidad de gobierno neoliberal como proyecto que influye de manera determinante en lo social e individual.

Ahora bien, aunque a lo largo de este trabajo se van derivando algunas reflexiones explícitas sobre el sujeto creativo, sobre todo en los apartados finales de los capítulos analíticos (4,5,6), es importante considerar algunos elementos trabajados.

No obstante, no podemos limitarnos a condensar algunas características o particularidades de esta forma de subjetivación, como una lista de chequeo del sujeto creativo, ya que, estaríamos cayendo en una labor sumamente prescriptiva de afirmación e identificación de esta forma de subjetivación, cuando, en efecto, en el proceder eminentemente crítico de este trabajo, consideramos que el sujeto creativo envuelto en las prácticas del neoliberalismo, condensa de manera afirmativa, esto es, como identificación de esta gubernamentalidad basada en la constante práctica de estetización y precarización de sí.

Con lo anterior, nos referimos a cómo en el modo de gobierno neoliberal se acentúa la idea de que las personas deben desarrollar una vida creativa y productiva consigo mismas, esto es una tecnología de gobierno que, según Lorey (2018), Foucault había identificado como la necesidad del sujeto moderno de desarrollar una vida creativa y productiva «consigo mismo». Dicho esto, lo que encontramos a lo largo del trabajo es la normalización casi estratégica de este principio, incluso, apelando a la idea de que son los mismos sujetos los que han decidido vivir de manera precaria, verbigracias que la figura del artista o bohemio ya no resulta ser un sujeto incómodo en cuanto no se encaja perfectamente en la estructura económica y política, sino, por el contrario, un sujeto ideal en cuanto ha hecho uso de su libertad y creatividad para llevar a cabo una vida precaria. Así, cuando hemos planteamos el paso del sujeto-que-vive-para-trabajar hacia un *sujeto que vive en el trabajo de crear*, es porque evidenciamos que las condiciones de vida y trabajo creativo se han convertido en las más útiles para sostener el capitalismo y el gobierno neoliberal. Por ende,

consideramos que el modo de vida que promueve y hacia el cual presiona el neoliberalismo al sujeto creativo se basa en la constante estetización de la existencia, pero no como una reacción contra una forma de sometimiento, sino como una actitud de reinención constante que se adapte a las necesidades de la lógica gubernamental.

La estetización y precarización de sí lejos han quedado de sostenerse en demandas críticas, ahora revelan un acoplamiento de cada dimensión de la vida en la lógica neoliberal que se basa en la ideología de la creatividad. Lorey (2018) menciona que “gobernarse, controlarse, disciplinarse y regularse significa, al mismo tiempo, fabricarse, formarse y empoderarse, lo que, en este sentido, significa ser libre” (p. 243).

Cuando postulamos que la creatividad funciona como una ideología es debido a que el sujeto se termina identificando en aquello que el neoliberalismo postula. El gran riesgo es que los sujetos se terminan equiparando en el sistema como elementos productivos, es decir, estamos frente al peligro de que los sujetos creativos sean asimilados, indiferenciados y equiparados con los productos culturales. Además, en la configuración del sujeto creativo como ideal que representa lo verdaderamente humano, se prefigura, reglamente y coordina la experiencia que tenemos con nosotros mismos y con los otros.

Al entrar la creatividad en escena y ser legitimada como una práctica que el sujeto debe incorporar como modo de vida para determinarse, “autorealizarse” y “ser más humano”, la creatividad pone en evidencia su uso estratégico y “verdadero” en la medida que determina al sujeto creativo como el sujeto “verdadero”. De este modo, hemos pretendido a lo largo de este trabajo poner en evidencia la configuración del sujeto creativo, que, desde múltiples ámbitos (discursivos, prácticos, normativos) y escenarios (el trabajo, la escuela, la vida cotidiana), no sólo produce determinado sujeto, sino que es enmarcado y delimitado en un rango posible y permitido de acción. Siguiendo a Judith Butler (2010), enmarcar establece un problema epistemológico y ontológico que delimita la aparición como tal dentro de las operaciones de poder. Así, el problema que ha atravesado este trabajo, de inicio a fin, es la forma de constituirnos como sujetos determinados por las relaciones de saber y poder en un momento histórico particular.

Retomemos algunos elementos cruciales del trabajo, que, además, nos permite realizar algunas consideraciones finales. Partamos de la asimilación que realiza el neoliberalismo de múltiples demandas provenientes de discursos contraculturales para evidenciar su capacidad de plasticidad para mantener las condiciones sociales y económicas que le favorecen y, al mismo

tiempo, producir un entramado en el cual desactiva y anestesia la demanda crítica de exigencias como la creatividad, la autenticidad, la libertad y las consagra como elementos cruciales para soportar sus decisiones y gestionar los límites del sujeto posible. De este modo, consideramos que bajo la idea tan generalizada de que la creatividad es la herramienta para combatir los desafíos del siglo XXI, no sólo se instaaura un modelo ideológico y totalizante de toda la vida, sino, un modo de gobierno soportado en el control de sí.

Así pues, al ver la forma como la creatividad es usada de manera acrítica y es subsumida y acoplada como forma de gubernamentalidad a partir de las relaciones de saber y poder, resguarda un concepto de sujeto verdadero, en concreto, el sujeto creativo aparece como una figura heroica e ideal para el neoliberalismo. Benjamin (2003), en la construcción de sus obras, mencionaba su interés por dejar de lado conceptos que habían funcionado para legitimar sistemas fascistas. Nuestra postura, aunque pueda parecer radical, encuentra en la creatividad un concepto vaciado de potencial crítico, por ende, más allá de pensar en una refundación de la creatividad o en postular nuevas formas de vida creativa, una apuesta crítica y ética debe pensarse desde otro lugar, teniendo claro el riesgo que se corre al adherirse a alguna definición de ser humano.

Continuando con estas consideraciones, quisiéramos retomar algo mencionado al inicio de este apartado y que, a lo mejor, hemos pasado por alto. La afirmación de que el sujeto creativo afirma una gubernamentalidad basada en la estetización y precarización de sí. Para esto, inicialmente, quisiéramos traer algunos elementos de los resultados del capítulo 4 en relación con cómo la economía naranja y creativa operan como un dispositivo de gobierno importante en la conducción de la vida de las personas, sin embargo, es importante detenernos en la cuestión institucional de la economía naranja y creativa que, en nuestra opinión, expone y contiene de manera explícita un carácter ideológico de la creatividad. De este modo planteamos que la instauración de la creatividad en un discurso de gobierno concreto revela una forma de estetización que lleva a la autoenajenación del individuo, a tal punto que se vuelve un consumidor que disfruta invirtiendo en sí mismo y, por ende, acrecentando su individualidad. Dicho esto, no es una casualidad que el capítulo que se enfoca en la relación de la creatividad con una forma de manifestación del poder, culmine en el problema de la «autoformación»; el capítulo que relaciona la creatividad con la psicología, culmine con el problema de la «autorrealización»; y, el capítulo que aborda la relación entre la creatividad y el trabajo, culmine con el problema de la «precarización de sí». Esto nos permite ver, y es algo que hemos señalado a lo largo del trabajo,

cómo las demandas y exigencias críticas relacionadas con mayor autonomía, libertad, creatividad, flexibilidad; se reflejan de manera estratégica en la gubernamentalidad neoliberal de la subjetivación moderna.

Consideremos algo adicional. La creatividad se promueve como algo natural y originario en todas las personas, ya no es algo exclusivo de ciertas figuras o personajes relacionados con el arte. Incluso, en el uso que las personas hacen o no de la creatividad se ha postulado la emergencia de la “clase creativa”. Es importante señalar cómo bajo esta lógica de gobierno basada en la creatividad, los otros quedan relegados al obstaculizar la subjetivación de sí mismo. No obstante, al dotar la creatividad de valor económico y al situar en el horizonte de lo alcanzable y perseguible, evidenciamos que como forma gubernamental se soporta en aquellos que empiezan a orientar sus vidas de manera creativa y persiguen el ideal del sujeto creativo, claro está que no se podrá afirmar cuando lo consigna, como quien persigue la luna en el horizonte. De este modo, esta forma de gobierno se alimenta de este individuo que está en la búsqueda constante de llevar una vida creativa, insertándose en la lógica del progreso y del desarrollo. El sujeto que menos le interesa es aquel que ya se encuentra en ese lugar, el sujeto de la clase creativa del que hablaba Richard Florida, que, entre tanto, no parece estar alejado del sujeto dominante de la historia. Dicho esto, en todos estos documentos que vanaglorian y exaltan la creatividad anidan relaciones históricas de poder y dominación.

Asimismo, consideramos que en la imposibilidad de fundar un ideal de sujeto a partir de formas individuales que se identifican con el modo de gobierno neoliberal, surge la necesidad de pensar en el retorno hacía formas de constitución atravesadas por el encuentro con el otro. Lo que encontramos es que tal forma de individualismo exacerbado se encuentra fortalecido por el discurso totalizante e ideológico de la creatividad que impulsa la continua invocación a la productividad del individuo. Por eso, en el plano de lo innovador, creativo y novedoso se intensifica la lejanía con los otros. Fue en este sentido, que nos hemos atrevido a plantear en la introducción de este trabajo que la clave de la sociedad del riesgo, más que encontrarse en la autorregulación, ha pasado a la creatividad.

Ahora bien, dadas las limitaciones y a la vez posibilidades que se abren con esta investigación, es importante plantear la necesidad de referirnos a un potencial de resistencia implícito y que ha acompañado a la creatividad desde su inmersión como una demanda social, para esto, es importante seguir tras la pista de prácticas cotidianas que se dan contra la forma de

economizar e industrializar la vida misma. Retomemos el concepto de "estética de la existencia" de Foucault (1999b) modo en que los individuos moldean su vida, su identidad y su ética a través de prácticas concretas, desarrollando un "arte de vivir" que se basa en la auto-reflexión, la ética personal y las decisiones sobre cómo vivir y ser en el mundo. Recordemos que donde la libertad se vuelve condición de control de la vida, también está presente como posibilidad de fungir resistencia, escapar o liberarse de las estructuras de control y de las limitaciones impuestas por los sistemas dominantes.

No obstante, en la noción foucaultiana donde los individuos tienen la capacidad de moldear su existencia, sus relaciones y su ética mediante la reflexión, la creatividad y la elección personal; encontramos que tales conceptos aún no habían sido atrapados para ser parte de la conducción de la conducta. Sin embargo, la creatividad también tiene un potencial transformador cuando se utiliza como una fuerza para desafiar, cuestionar y subvertir las normas establecidas. Puede ser un instrumento para la resistencia, la expresión cultural, la construcción de movimientos sociales y la reconfiguración de las formas de pensar y actuar en la sociedad. Recordemos a Deleuze y Guattari (2020) cuando plantean el concepto de "líneas de fuga" que representan movimientos o trayectorias que se desvían de las estructuras y normas establecidas que nos puede llevar a pensar la creatividad por fuera de los marcos del individualismo y la competencia. Así, cualquier alternativa de resistencia y fuga que se postule frente a la subjetividad creativa debe ser, ante todo, una concepción no individualista ni afirmativa de esta. Cuestión que es sumamente importante e interesante para seguir abordando en futuras investigaciones.

Finalmente, este trabajo se ha esforzado por realizar un abordaje de nosotros mismos de manera crítica, no para reafirmar lo que somos, sino para trazar líneas de pensamiento y acción cada vez menos funcionales a la forma de gobierno que estén alejadas de una figura ideal, verdadera, y legítima de ser sujeto. Es importante continuar con el trabajo ontológico de nosotros mismos, evidenciar formas hegemónicas de gobierno y continuidades en los modos de subjetivación (Lorey, 2018) que no se pueden quedar reducidas a proponer respuestas o formas de resistencia individualistas y desvinculadas de los otros, ya que debemos considerarlos como parte constitutiva de nosotros mismos.

Referencias

- Abdala, P. R. Z., & Puello-Socarrás, J. F. (2019). Reflexiones sobre la administración pública y el neoliberalismo en nuestra américa, siglo XXI. REAd. *Revista Eletrônica de Administração* (Porto Alegre), (25), 22-39.
- Adorno, T y Horkheimer, M. (1998). La industria cultural: Ilustración como engaño de masas. En Horkheimer, M. y Adorno, T. (Eds.), *Dialéctica de la ilustración: Fragmentos filosóficos* (165-221). Madrid, España: Trotta.
- Álvarez-Uría, F. (2006). Viaje al interior del yo. La psicologización del yo en la sociedad de los individuos. En R. Castel, G. Rendueles Olmedo, J. Danzelot y F. Álvarez-Uría (Eds.), *Pensar y resistir. La sociología crítica después de Foucault* (101-134). Ediciones Ciencias Sociales, Círculo de Bellas Artes.
- Arango, M; Bedoya-Hernández, M. & Muñoz-Duque L. A. (2021). La vida como trabajo. La emergencia de la subjetividad trabajadora en el neoliberalismo. *Athenea Digital*, 21(3). <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2653>
- Azizzadeh, A; Charlton-Ouw, K. M; Chen, Z; Rahbar, M. H; Estrera, A. L; Amer, H. y Safi, H. J. (2013). An outcome analysis of endovascular versus open repair of blunt traumatic caortic injuries. *Journal of vascular surgery*, 57(1), 108-115.
- Baechler, J. (1976). *Los orígenes del capitalismo*. España: Ed. 62, Península.
- Barraza, W. (2019). ¿Innovadoramente creativos o creativamente innovadores? gerencia y gestión cultural en tiempos de economía naranja. *Revista Inclusiones*, 85-109. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1652>
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2008). *Los retos de la educación en la modernidad líquida*. Editorial Gedisa.

- Becker, G. S. (1964). *Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research, New York. (1st ed).
- Becker, G. S. (1981). *A Treatise on Family*. Harvard University Press, Cambridge.
- Becker, G. S., Murphy, K. M., & Tamura, R. F. (1990). Human Capital, Fertility, and Economic Growth. *Working paper No. 3414*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Bedoya Hernández, M. y Castrillón Aldana, A. (2021). Michel Foucault y la historia del presente. *Revista Andamios*, 18 (46), 493-512. DOI: <http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v18i46.854>
- Bedoya Hernández, M. H. (2013). Trazos metodológicos en las investigaciones de Michel Foucault. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, Número 40, 162-173.
- Bedoya Hernández, M. y Castrillón Aldana, A. (2017). Neoliberalismo como forma de subjetivación dominante. *Revista de estudios foucaultianos*, Número 3, 31-56. DOI: 10.5281/zenodo.1108629
- Bedoya Hernández, M. (2018). *La gestión de sí mismo. Ética y subjetivación en el neoliberalismo*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia
- Béjar, H. (1993). *La cultura del yo. Pasiones colectivas y afectos propios en la teoría social*. Alianza.
- Béjar, H. (2007). *Identidades inciertas: Zygmunt Bauman*. Barcelona: Herder.
- Bellón, M. F. (2003). Evaluación de la creatividad en las organizaciones. *Creatividad y sociedad*, 4, 23-32.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Benjamin, W. (2018). *Iluminaciones*. Edición y prólogo de Jordi Ibáñez Fanés. Traducciones de Jesús Aguirre y Roberto Blatt. España: Taurus

- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad: Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Berzbach, F. (2013). *Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Berzbach, F. (2017). *El arte de llevar una vida creativa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Betancur Arias, V. (2017). Las industrias culturales y la economía naranja: modernidad/colonialidad, mercantilización de la cultura e individualismo. *Resistencia*, 6, 20-23.
- Blair, T., & Schröder, G. (1998). Europe: The Third Way/Die Neue Mitte. *Working Documents No. 2*. Fridrichebert Foundation. South Africa Office.
- Boltanski, L., y Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- British Council. (2010). *Guía práctica para mapear las industrias creativas*. Observatorio Iberoamericano de derechos de autor.
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*. Zone Books.
- Brown, W. (2017). *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. Malpaso Ediciones SL.
- Bourdieu, P. (2006). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Anagrama
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranjauna-oportunidad-infinita>.

- Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos señuelos para la investigación en cultura. *Diálogos de la comunicación* (78).
- Butler, J. (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Paidós.
- Butler, J. (2015). *Mecanismos psíquicos del poder*. Teorías sobre la sujeción.
- Caballero, A. (2019). La cultura de mercado. *Revista Arcadia*, (161), 14-15.
- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Editor digital: Titivillus
- Cameron, J. (2011). *El camino del artista*. Santillana Ediciones Generales, S. L
- Campiño Gutierrez, M. (2019). *El desarrollo de la economía naranja en la legislación colombiana*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Canguilhem, G. (1998). ¿Qué es la psicología? *Revista Colombiana de Psicología*, 7, 7-14.
- Caro Cuartas, C. V. (2020). *Pertinencia de la economía naranja en Colombia*. Colegio de estudios superiores de administración.
- Carrasco, A y Saperas, E. (2011). La Unesco y la institucionalización de la cultura: hacia un nuevo estatuto de la cultura. *Razón y Palabra* (80).
- Carrette, J., & King, R. (2005). *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*. Routledge.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo, Brazil: Paz e Terra.
- Castro, E. (2004). *EL vocabulario de Michel Foucault*. Buenos Aires: Prometeo
- Castro-Gómez, S. (2010). *Historia de la gubernamentalidad. Razón de estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault*. Siglo del Hombre.

- Castro Orellana, S. (2014). Psicologización de la vida. Lectura del curso de Foucault “Le pouvoir psychiatrique”. *Logos. Anales del seminario de metafísica*, 47, 55-79.
- Cerruti, P. (2012). La “ontología histórica” de Michel Foucault. Apuntes de método para el análisis crítico socio-cultural. *Soc. e Cult., Goiânia*, 15 (2), 393-403.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory. A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Chiapello, E. (1998). *Artistes versus managers. Le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Métailié.
- Cohn, G. (2007). Teoría Crítica. En Altamirano, Carlos. *Términos críticos de sociología de la cultura*, 227-230. Buenos Aires: Paidós.
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). (2010). *Creative Economy Report 2010*. Recuperado de http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
- Corvez, M. (2000). *Los estructuralistas: Foucault, Lévi-Strauss, Lacan, Althusser y otros*. Trad. Leandro Wolfson y Andrés Pirk. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Cremin, C.S. (2003). Self-starters, can-doers and mobilephoneys: situations vacant columns and the personality culture in employment. *The Editorial Board of The Sociological Review*, 51(1), 109 - 128
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.
- Dávila, O. (2004). Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. *Última década*, 12(21), 83-104.
- De Bono, E. (1994). *El Pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. España: Paidós.

De Nicola, A; Vercellone, C & Roggero, G. (2007) *Contra la clase creativa*. Traducción de Marcelo Expósito. Recuperado de <https://transversal.at/transversal/0207/vercellone/es>

Deleuze, G. (1998). *Post-scriptum sobre las sociedades de control*. En *Conversaciones 1972- 1990* (J. L. Pardo, Trad.). Barcelona: Pre-Textos.

Deleuze, G., & Guattari, F. (1980). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-Textos.

William D. (2015). *The Happiness Industry: How the Government and Big Business Sold Us Well-Being*. Verso Books.

Díaz Martínez, C. D., Llamas-Salguero, F., y López- Fernández, V. (2016). Relación entre creatividad, inteligencias múltiples y rendimiento académico en alumnos de enseñanza media técnico profesional del área gráfica: Programa de intervención neuropsicológico utilizando las TIC. *Revista Academia y Virtualidad*, 9(2), 41-58.

Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (2001). *Michael Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.

Esquivias, M. T. (2009). *El enigma sobre los referentes del pensamiento creativo y su evaluación*. *Revista Digital Universitaria* (10)12

Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.

Florida, R. (2011). *El gran reset: nuevas formas de vivir y trabajar para impulsar la prosperidad*. Barcelona: Paidós.

Foro Económico Mundial. (2016). *No es sólo la 4ª Revolución Industrial, es también la 1ª Revolución del Talento. Annual Meeting*. Recuperado de:

<https://es.weforum.org/agenda/2016/10/no-es-solo-la-4-revolucion-industrial-es-tambien-la-1-revolucion-del-talento>

Foucault, M. (1982). *Dits et faits II*, op. cit., pág. 1401.

Foucault, M. (1982). *La imposible prisión: debate con Michel Foucault*. Barcelona: Anagrama.

Foucault, M. (1985). El juego de Michel Foucault. En Varela, J. y Álvarez-Uría, F. (Eds.). *Saber y verdad*. 127-162. La Piqueta

Foucault, M. (1986). *L'ordre du discours (El orden del discurso)*. Gallimard.

Foucault, M. (1993). *¿Qué es la ilustración?* Revista de Filosofía, (7), 5-18.

Foucault, M. (1995). *¿Qué es la crítica?* [Crítica y Aufklärung]. *Revista de Filosofía*, (11), 5-26.

Foucault, F. (1998a). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. Siglo XXI editores.

Foucault, M. (1998b). *El sujeto y el poder*. Revista Texto y Contexto, 35, 7-24.

Foucault, M. (1999a). *¿Qué es la Ilustración?* En *Estética, ética y hermenéutica*. Obras esenciales, Vol. III. Paidós.

Foucault, F. (1999b), "La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad", en *Obras Esenciales III*. Paidós Básica.

Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Siglo XXI Editores.

Foucault, M. (2007a). *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Foucault, M. (2007b). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología*, 50 (3), 3-20.

Foucault, M. (2009). *El gobierno de sí y de los otros*. Buenos Aires: FCE.

- Foucault, M. (2013). La filosofía estructuralista permite diagnosticar lo que es el “hoy” [Conversación con Gérard Fellous, 1967]. En: *¿Qué es usted, profesor Foucault?: sobre la arqueología y su método*. Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2014). *Del gobierno de los vivos*. FCE
- Gabilondo, A. (1990). *El discurso en acción*. Anthropos.
- Galeano, M. (2004). *Estrategias de investigación social cualitativa: el giro en la mirada*. La Carreta.
- Garay, S. (2017). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. *Ploutos*, 7(2), 34-41.
- Ghelfi, D. (2005). *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*. Obtenido de World Intellectual Property Organization: http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/es/documents/pdf/cr_interview_howkins.pdf.
- Gibbons, M; Limoges, C; Nowotny, H; Schwartzman, S; Scott, P. y Trow, M. (1994). *The new production of knowledge*; Londres: Sage.
- Goleman, D., Kaufman, P., & Ray, M. (2016). *El espíritu creativo: Cómo desarrollar el potencial transformador de la mente humana*. Ediciones Zeta.
- Gomes, C. L. (2018). *La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa postcapitalista?* XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista Barcelona
- Gonçalvez, L. (1999). *La metodología genealógica y arqueológica de Michel Foucault en la investigación en psicología social*. Uruguay: Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo.
- González, A. G. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 450-464.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444–454

- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Herder.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del capitalismo*. Akal.
- Hopenhayn, M. (1994). Industria cultural y nuevos códigos de modernidad. *Revista CEPAL* (54), 167-168.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Books.
- Jiménez, I. F., Millán, M. F., & Suárez, D. F. (2017). Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia. *Ploutos*, 7(2), 4-11.
- Kao, J. (1997). *Jamming: el arte y la disciplina de la creatividad en los negocios*. Bogotá: Editorial Norma.
- Kerr, B. (2021). *Creativity* Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/creativity>
- Landau, E. (1987). *El vivir creativo. Teoría y práctica de la creatividad.*: Herder.
- Landry, C. (2008). *The creative city*. Second edition. The Round, Bournes Green
- Latour, B., & Woolgar, S. (1988). *La vida de laboratorio: La construcción de los hechos científicos*. Alianza Editorial.
- Laval, C y Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Trad. Alfonso Diez. Gedisa.
- Lazzarato, M. (2020). *Signos y máquinas. El capitalismo y la producción de la subjetividad*. Enclave de libros.
- Lazzarato, M. (2006). *Por una política menor: acontecimiento y política en las sociedades de control*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Ley N° 1834. (23 de mayo de 2017). Por medio de la cual se fomenta la economía creativa - Ley Naranja. Diario Oficial de Colombia Presidencia de la República.

Lipovetsky, G y Roux. E. (2004). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Editorial Anagrama, S.A.

Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Editorial Anagrama, S.A.

Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza*. Editorial Anagrama, S.A.

Lorey, I. (2008). Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales. En *Producción cultural y prácticas instituyentes: Líneas de ruptura en la crítica institucional* (57-78). Traficantes de sueños.

Mardones, J. M., & Ursúa, N. (1982). *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. Editorial Fontamara.

Martín-Martínez, A. (2022). Creatividad, educación y neoliberalismo: propuesta para un modelo de pedagogía crítica. *Revista de investigación (EARI)* 13, 093-107. <https://dx.doi.org/10.7203/eari.13.24210>

Maslow, A. (2001). *La personalidad creadora*. Barcelona: Kairós.

Marx, C. (2003). El trabajo enajenado En *Manuscritos de economía y filosofía*. Alianza Editorial.

McRobbie, A. (2022). *¡Ten creatividad! Ganarse la vida en las nuevas industrias culturales*. Ediciones Morata S.L

Myers, E. D. (1960). *Education in perspective of history*. Harper.

Mitjans Martínez, A. (2013). Aprendizaje creativo: desafíos para la práctica pedagógica. *CS*, (11), 311-341.

Moccia, S. (2016). Felicidad en el Trabajo. *Papeles Del Psicólogo*, 37(2), 143-151.

Mondragón, L. (2007). Ética de la investigación psicosocial. *Salud mental*, 30(6), 25-31.

Murray, J. (2021). Oxford English Dictionary: *Creativity*. <https://www.oed.com/>

Narváez, E. A. (2008). Aproximación teórica al concepto de creatividad: un análisis creativo. *Revista Paideia Puertorriqueña*, 3(1), 24-54.

Navas Fernández, A. (2009). Evolución y desarrollo del mercado del arte. El auge y consolidación de la fotografía en los mercados internacionales: El caso de Joel Peter Witkin. *Boletín de Arte* 30-31, 487-510

Negri, A. (2004). A propósito de la ontología social: trabajo material, inmaterial y biopolítica. En *Guías. Cinco lecciones en torno al imperio*. Barcelona: Paidós Estado y Sociedad.

Ohanian, B. (2012). Dispositivo de gobierno, memoria y subjetividad. Un abordaje posible. En *Revista Aletheia* 2(4), 1-18. Fundación Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE. Disponible en: <http://www.aletheia.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero-4/pdfs/Ohanian-ok.pdf>.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). Cultural industries (CI) statistics: Challenges and good practices. Recuperado de http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi25_culturalindustries_en.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2003). Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries. Recuperado de http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (1992). *Écoles et entrepreneurs: un nouveau partenariat* [Escuelas y emprendedores: una nueva asociación]. Centro para la Investigación y la Innovación en la Enseñanza (CERD).

Osborne, T. (2003). Against creativity: a philistine rant. *Economy and Society*, 32 (4), 507-525

- Ospina Díaz, L. P., Hernández Madroñero, I., Londoño Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2019). *Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la Ley 1834 de 2017*. Departamento de Ciencias Sociales.
- Pérez, M. C. L. (2005). La evaluación de la creatividad. *Liberabit*, (11), 35-39.
- Pérez, S. (2016) La crítica metódica de Michel Foucault. En: *De la Garza, E. y Leyva, G. Tratado de metodología de las ciencias sociales: Perspectivas actuales*. 504-521
- Piaget, J. (1977). *El criterio moral en el niño*. Editorial Fontanella.
- Piñeres Sus, J. D. (2017). *Lo humano como ideal regulativo: Imaginación antropológica: cultura, formación y antropología negativa*. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Fondo Editorial FCSH.
- Pons, B. M. A. (2004). *Determinación Salarial: Educación y Habilidad. Análisis teórico y empírico del caso español* (Tesis doctoral). Universidad de Valencia, Valencia, España. Recuperado de http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UV/AVAILABLE/TDX-0125105-120455//pons.pdf
- Pope, R. (2005). *Creativity: Theory, History, Practice*. Routledge.
- Puello Socarrás, F. (2018). La Economía Naranja: Otra “innovación” neoliberal para exprimirle el jugo a los trabajadores. *Revista Izquierda*, (73), 47-53
- Purser, R. E. (2019). *McMindfulness: How Mindfulness Became the New Capitalist Spirituality*. Repeater.
- Radetich Filinich, N. (2012). El arte, la técnica y lo político: a propósito de La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, de Walter Benjamin. *Argumentos*. Número 68.
- Rendón Uribe, M. A. (2009). Creatividad y cerebro: bases neurológicas de la creatividad. *Aula*, 15, 117-135.

República de Colombia. (1982). Ley 23 de 1982, Sobre derechos de autor. República de Colombia.

Restrepo Gallego, B. (2015). *Reflexiones sobre educación, ética y política*. Universidad EAFIT.

Retamozo, M., y Stoessel, S. (2020). Neoliberalismo, democracia y subjetividad: el pueblo como fundamento, estrategia y proyecto. *Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social REVCOM*, 10, 1-12.

Rey, G. (2009). *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Rey, G. (2019). El sabor de las naranjas o la preocupación por que resulten agrias. *Revista Arcadia*, (161), 16-17.

Rodríguez-Muñoz, F. J. (2011). Contribuciones de la neurociencia al entendimiento de la creatividad humana. *Arte, individuo y sociedad*, 23(2), 45-54.

Rojas de Escalona, B. (2010). Solución de problemas: una estrategia para la evaluación del pensamiento creativo. *Sapiens*, 11(1), 117-125.

Rose, N. (1999). *Governing the soul: The shaping of the private self*. Free Association Books.

Rose, N. (1996). *Inventing ourselves. Psychology, power, and personhood*. Cambridge University Press.

Rose, N. (2001). Normality and pathology in a biological age. *Outlines*, 1, 19-33.

Rose, N. (2012). *Políticas de la vida. Biomedicina, poder y subjetividad en el siglo XXI*. La Plata: Unipe.

Sánchez Ruiz, S. (2020). *Inteligencia emocional, creatividad, bienestar subjetivo y rendimiento académico en alumnos universitarios* (Tesis doctoral). Universidad Camilo José Cela, Madrid.

Santaella, M. (2006). La evaluación de la creatividad. *Sapiens*, 7(2), 89-106.

- Santamaria, A. (2018). *En los límites de lo posible Política, cultura y capitalismo afectivo*. Akal. Pensamiento Crítico.
- Sawyer, R. K. (2011). The Western Cultural Model of Creativity: Its Influence on Intellectual Property Law. *Notre Dame Law Review*, 86 (5), 2027-2056. <http://scholarship.law.nd.edu/ndlr/vol86/iss5/10>
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias del trabajo en el nuevo capitalismo*. Anagrama.
- Sennett, R. (2007). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- Siegel, J. (1988). Bohemian Paris: Culture, Politics, and the Boundaries of Bourgeois Life, 1830-1930. *American Journal of Sociology*, 94 (1), 210-212
- Sternberg & Lubart (1997). *La creatividad en una cultura conformista*. Barcelona: Paidós.
- Sternberg, R. (2006). The nature of creativity. *Creativity Research Journal*, 18(1), 87-98.
- Sternberg, R. J., y Lubart, T. I. (1997). *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*. Paidós.
- Szpilbarg, D., & Saferstein, E. A. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos. *Estudios de filosofía práctica e historia de las ideas*, 16(2), 99-112.
- Tatarkiewicz, W. (1997). *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Colección Metrópolis.
- Torrance, E. P. (1977). *Educación y capacidad creativa*. Trad. Piqué, Jorge. Ediciones Morova, S.L. Madrid, España.

- Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. En *Poder, medios, cultura. Una mirada desde la economía política de la comunicación*. (109-138). Paidós.
- Tremblay, G. (1990). *Les industries de la culture et des communications au Québec et au Canada*. Sillery and Sainte-Foy, Canada: Presses de l'Université du Québec.
- UNESCO. (2008). *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Recuperado de: https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/10/0_57_ComprenderlasIndustriasCreativas.pdf
- Urbina, V. M. P. (2003). La inteligencia y el pensamiento creativo: aportes históricos en la educación. *Revista Educación*, 27(1), 17-26.
- Valverde Brenes, F. J. (2014). Persona o individuo en el (neo) liberalismo: algunos fundamentos ideológicos. *Pensamiento Actual*, 14 (22), 29-41. Universidad de Costa Rica.
- Vázquez, F. (2005). "Empresarios de nosotros mismos". Biopolítica, mercado y soberanía en la gubernamentalidad neoliberal En J. Ugarte Pérez (Ed.), *La administración de la vida. Estudios biopolíticos* (73-103). Anthropos.
- Vera, Á. (2013). Creatividad empresarial y autogobierno: un análisis discursivo. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1063-1074. doi:10.11144/Javeriana.UPSY12-4.ceya
- Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud*. Traficante de sueños.
- Von Mises, L. (2018). *La acción humana*. Unión Editorial.
- Von Osten, M. (2008). Salidas incalculables En *Producción cultural y prácticas instituyentes: Líneas de ruptura en la crítica institucional* (79-100). Traficantes de sueños.
- Weisberg, R. W. (1987). *Creatividad: el genio y otros mitos*. Barcelona: Editorial Labor

Werneck, C. L. G., Stoppa, E., & Isayama, H. F. (2001). *Lazer e mercado*. Campinas, Brazil: Papirus.

Wetherell, S. (2007). *Richard Florida is sorry*. Jacobin Magazine

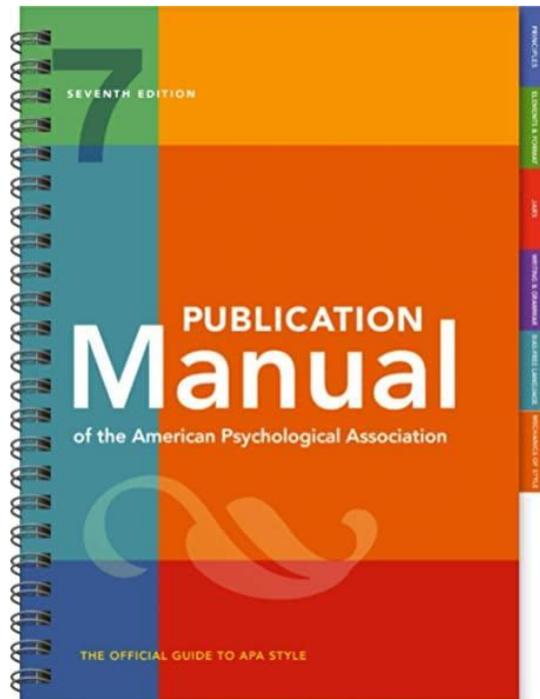
William D. (2015). *The Happiness Industry: How the Government and Big Business Sold Us Well-Being*. Verso.

Zukerfeld, M. (2008). Capitalismo cognitivo, trabajo informacional y un poco de música. *Nómadas*, Número 28, 52-65.

Anexos

Figura 1

Portada Normas APA séptima edición 2020 en inglés



Nota. Fuente <https://bit.ly/2IyrZao> (American Psychological Association, 2020).

Figura 2

Logo Universidad de Antioquia



Nota. Fuente <http://www.udea.edu.co>