

PRÁCTICAS SOCIALES Y CREATIVIDAD SOCIAL. PREMISAS PARA UN DESARROLLO CONCEPTUAL

Por: **Javier L. Cristiano**

e-mail: javier_cristiano_m@yahoo.com.ar

0.

En los límites de un artículo breve, quisiera presentar el esbozo de una investigación en curso: sus motivaciones de origen, su hipótesis rectora y sobre todo, con algo más de detalle, sus premisas. Se trata de una investigación teórica, es decir: un trabajo de elucidación y articulación de conceptos, que tiene como ámbito el corpus teórico de la teoría sociológica de la acción, en el escenario más amplio de lo que podemos llamar “teoría de la sociedad”. Salvo una breve consideración al final, no ofrezco en lo que sigue argumentos para estas opciones, que obviamente merecerían discutirse. En cualquier caso, la discusión será más provechosa desde el parámetro que ofrece una opción ya tomada y parcialmente delineada.

1.

La tradición teórica de la sociología ha prestado demasiada poca atención a un fenómeno socialmente muy importante como es el carácter episódicamente creativo de las acciones individuales y colectivas. Esta afirmación, intencionalmente provocativa¹, expresa sintéticamente lo que me pareció evidente de cara a los acontecimientos de 2001 – 2002, a los fenómenos en primera instancia novedosos de autoorganización colectiva (asambleas, autogestión del trabajo y del mercado, formas no convencionales de ocupación y uso del espacio público, etc.) pero también, y más ampliamente, a las infinitas maneras, individuales y colectivas, políticamente correctas o no, de enfrentar el vacío que se produce en situaciones de crisis y disolución institucional, la de 2001 y cualquier otra. La intuición inicial fue que la teoría de la acción al uso no está dotada de herramientas conceptuales suficientes para abordar y comprender cabalmente este aspecto de la acción, cuya importancia es intuitivamente obvia.

También resulta evidente que si hay un espacio geopolítico en que el tema tiene interés es el nuestro, en la medida en que es aquí, en los márgenes del entorno global, que con más frecuencia y mayor dramatismo *todo lo sólido se desvanece en el aire*.

E invoco a propósito, por último, esta frase, para dejar indicado el vínculo del problema con las cuestiones más amplias de la modernidad, su crítica y su crisis. Brevemente: si la modernidad es el espacio histórico en el que “todo lo sólido se desvanece en el aire” es o debiera ser, también, el espacio histórico por excelencia de la novedad y la invención. Espacio que clausura, no obstante, una dialéctica histórica que convierte las potencialidades expresivas y creativas en racionalización burocrática y alienación, según la hipótesis central de la tradición Weber – Frankfurt, pero que resurge, sobre todo como requerimiento práctico, en el escenario de riesgo y contingencia de la (post, ultra, tardo, sub) modernidad. Hay una densa trama que une estas cuestiones diagnósticas sobre la modernidad con la empresa teórica de la sociología en su desarrollo de una “teoría de la acción”, trama que,

salvo excepciones (Habermas, 1988), no se hace explícita.

2.

“Creatividad” es, por supuesto, un término de referencia, no una categoría. En tanto categoría, debería responder a la pregunta general de cómo ha de conceptualizarse la dimensión creativa de las prácticas sociales en tanto aspecto de una teoría de la acción y de la sociedad. Pregunta en la que caben al menos tres ámbitos diferenciados de trabajo: la conceptualización propiamente dicha, las condiciones de posibilidad (qué tipo de fenómeno o circunstancia social promueven la emergencia de la “creatividad”), y la articulación entre creatividad y cambio social (puesto que “creatividad” va intuitivamente unida a “cambio”, de modo que es lógico pensar que la teoría del cambio puede aprovechar la teoría de la creatividad, y viceversa).

Compañeros de viaje y al mismo tiempo objeto de este desarrollo, en primer lugar, Hans Joas. Desde motivaciones muy distintas (podríamos decir quizás motivaciones *alemanas*), Joas se ha interesado por la creatividad y ha postulado una teoría *pragmatista* de la “acción creativa” (Joas: 1996; 1998; 2002) que es referencia obligada. Por razones que he considerado en otro lugar (Cristiano, 2006), pienso que Joas reproduce bajo el nombre de “creatividad” cosas bastante sabidas en sociología fuera del pragmatismo, y que desaprovecha así el potencial del concepto. En cualquier caso, sus exégesis retrospectivas, de cara al problema de la creatividad están, en calidad y en interés, fuera de toda discusión, lo mismo que algunos momentos de la discusión promovida por sus escritos (por ejemplo Camic, 1998; Dalton, 2004; Kilpinen, 1998).

En segundo lugar, hay que contar con los más recientes y conocidos hacedores de la teorización contemporánea respecto a la acción. Obviamente Bourdieu y Giddens, menos obviamente Margaret Archer, inevitablemente Habermas². Y con ellos, y de algún modo *por* ellos, algunos epígonos menos conocidos pero directamente pertinentes de cara al problema: Franco Crespi (1997), Priot Sztompka (1994) y José Mauricio Domínguez (2000).

El tercer compañero de viaje, más extraño a este contexto, es Cornelius Castoriadis. No hace falta avanzar mucho en la temática para encontrarse con él (Castoriadis, 1983; 1989), y para encontrarse también con su curiosa ausencia, salvo episodios muy puntuales³, en la discusión contemporánea de la sociología y en particular de la teoría de la acción. Que Castoriadis es ineludible frente al problema de la creatividad está fuera de duda, como mínimo por las siguientes razones: (1) postula una ontología de lo socio histórico basada precisamente en la idea de *creación*; (2) da cuenta de la potencialidad de invención y novedad creadora tanto en el plano colectivo (en su lenguaje, “el ser socio histórico”) como en el plano individual (la “mónada psíquica”). Agregaría un interés específicamente político: que su encuentro con el problema se realiza desde la experiencia del marxismo y la preocupación por la autonomía individual y social como horizonte de la acción política revolucionaria. Lo que es un contrapeso bien recibido para las connotaciones “liberales” de la “creatividad” en algunos de sus usos, emparentados con “libertad”, “iniciativa personal” y referencias afines⁴.

Con estas breves pinceladas se puede bosquejar, muy a grandes rasgos, la hipótesis general que orienta mi trabajo. Se trata de un modo de ensamblar las piezas que acabo de presentar. Sintéticamente:

En su afán por apartarse de las nociones filosóficamente sospechosas, propias de la filosofía de la conciencia, del psicologismo y del idealismo individualista y esteticista, la teoría contemporánea de la acción ha excluido a la *imaginación* de su conceptualización de la acción. Esta exclusión ha promovido un sesgo reproductivista de la teoría de la acción, no obstante su explícita y reiterada afirmación del carácter “productivo” y potencialmente transformador de las prácticas sociales. Se puede esperar que esta exclusión sea corregida abriendo un espacio de diálogo entre la teoría sociológica de la acción y la reflexión radical de Castoriadis en torno a la imaginación, una reflexión que tiene la ventaja a priori de no ser deudora de la filosofía de la conciencia, de rechazar expresamente todo individualismo esteticista y de no poder ser sospechada, tampoco, de insolvencia o indiferencia sociológica. Se trata, en suma, de un diálogo posible, ni forzado ni extravagante. El producto de ese diálogo ha de ser la reinscripción de la imaginación en la teoría de la acción, y con ella, dotar a esta última de una conceptualización específica, *ad hoc*, de su dimensión creativa.

3.

En lugar de desplegar con más detalle los términos de esta hipótesis, voy a proceder, de aquí hasta el final, a enunciar las premisas de las que parto, premisas que están implícitas en la hipótesis y en cualquier intento de desarrollarla. Uso la palabra “premisa” en el sentido general de “supuestos”, que obviamente no son “axiomas”. Aclaro que su separación es un artificio expositivo, y que no tienen pretensión de exhaustividad.

§ *La creatividad de las prácticas sociales consiste en la capacidad de invención o innovación respecto de lo socialmente dado en un sentido no trivial.*

“Creatividad”, dije, es una palabra, no un concepto. Una palabra, además, cuyas connotaciones no son amistosas en la tradición sociológica. Por eso, a excepción de Joas, es casi totalmente extraña en el léxico de la sociología⁵. El primer paso para convertirla en concepto es clarificar su significado.

En primer lugar, el campo semántico de “creatividad” corresponde al de “creación”. Y “creación”, a su vez, al de emergencia y novedad: crear es hacer surgir o emerger algo que no existía previamente, y consecuentemente algo *nuevo* respecto a lo dado.

“Creatividad”, en segundo lugar, alude a una capacidad, en el amplio sentido de potencialidad de algo o alguien para hacer algo: en este caso, potencialidad de las prácticas y los agentes sociales para hacer *emerger* algo *nuevo*.

Algo nuevo que se refiere, en la consideración sociológica que aquí nos interesa, al mundo “social”. La novedad es novedad en y para el mundo social, formalmente diferente - aunque la distinción sea difícil de efectuar - de, por ejemplo, el mundo físico⁶.

Una novedad, por último, no trivial, en el sentido de que lo nuevo que emerge en y por la acción es un nuevo sociológicamente significativo. En un sentido trivial toda acción produce algo nuevo en la medida en que hace presente en el mundo algo que no existía. Hablar de “creatividad” requiere algún tipo de distinción entre ese fenómeno, propio de toda acción, y el fenómeno de la creatividad como dimensión especial y diferenciable.

§ *La creatividad de las prácticas sociales se sustenta en lo imaginario y en la imaginación.*

En tanto capacidad de hacer emerger novedad, la creatividad es un aspecto objetivo de las prácticas. Todo hacer es potencialmente creativo, y lo es con independencia de cualquier consideración acerca de la “subjetividad”. Esta dimensión de la “creatividad” excede ampliamente el uso razonable del concepto y encierra un sinnúmero de temas clásicos de la ciencia social, desde las “consecuencias no intencionales” de la acción (Merton, 1980) y el “poder” en tanto dimensión material de *toda* acción (Giddens, 1987: 113), hasta los supuestos filosóficos respecto del hacer inscriptos en conceptos como *praxis* (Bernstein, 1979: Introducción y Cap. 1).

La pregunta sustantiva a la que debe responder una teoría de la creatividad es la siguiente: qué hay en la acción (en la “constitución” de los agentes y en la naturaleza de las prácticas) que sustenta esa capacidad de novedad no trivial. La respuesta tentativa para esta pregunta alude a *lo imaginario* y la *imaginación*. Lo que sustenta la creatividad, en tanto dimensión de las prácticas y los agentes, es la capacidad de *inventar* imágenes, es decir, la capacidad de *crear lo no dado* con relativa independencia de lo dado en una instancia que es a la vez psicológica, subjetiva y simbólica. Esa capacidad de hacer existir *en imágenes* lo no existente es (1) como mínimo un punto ineludible, o (2) como máximo el punto de partida, de la creatividad en tanto dimensión de la acción social.

Ciertamente, la relación de esa capacidad con la creatividad efectiva (social) de las prácticas, es compleja y necesita una elucidación también compleja. Pero en términos de premisa puede expresarse en un contrafáctico: *sin* imaginación no existiría creatividad.

§ *La creatividad de las prácticas sociales es indisociable tanto de una teoría de los significados socialmente compartidos, como de una teoría de lo social en tanto realidad instituida.*

La imaginación no opera en el vacío de operaciones trascendentales o psicológicas “puras”. Opera en un medioambiente de signos y significados que, socialmente conformados, son la fuente y el ámbito de su funcionamiento y de su existencia. Esto quiere decir que si puede pensarse una teoría de la acción al margen de una teoría de la significación (empresa curiosamente recurrente en la teoría de la acción⁷), ello no es posible cuando se trata de pensar la acción en su dimensión creativa. Reducido, de nuevo, a fórmula: no hay creatividad sin imaginación, y no hay imaginación sin “sentido”.

Paralelamente, si la creatividad presupone novedad, y si hablamos específicamente de novedad *social*, es ineludible contar con un parámetro respecto del cual dilucidar “lo nuevo”. Ese parámetro lo ofrece una teoría de lo social en tanto realidad instituida, es decir, en tanto social dado y cristalizado. Una teoría, en suma, de la “institución”. Desde luego hay sobreabundancia, y no ausencia, de teorías de la institución y teorías de la significación. La dificultad consiste aquí en dilucidar qué modelos resultan apropiados a (1) los requerimientos de una teoría de la creatividad como función de la imaginación y lo imaginario, y (2) a la no – trivialidad de la novedad social que produce la creatividad: qué significado de “institución” permite visualizar novedades institucionales no triviales.

§ *La creatividad, delimitada de este modo, tensiona los marcos heredados respecto de la teoría de la acción.*

Si damos por cierto que uno de los pivotes de la teoría de la sociedad es la pregunta de por qué los seres humanos actúan como lo hacen, y que la extensa respuesta a esta pregunta es lo que llamamos “teoría de la acción”, la inserción de la creatividad en la tradición

sociológica tensiona -ejerce presión sobre los límites de- los marcos conceptuales heredados. Lo hace, al menos, en dos sentidos.

Primero, respecto de la dicotomía *racionalidad – normas*. La creatividad, en tanto función de la imaginación, no tiene un lugar cómodo ni en el modelo de la acción como cálculo propositivo consciente, ni en el modelo de la acción en tanto expresión de pautas colectivas internalizadas. En el primer caso, se presupone que tanto los fines como los medios *preexisten*, y que el mayor distanciamiento posible de la acción respecto de lo dado consiste en su empleo técnicamente óptimo. En el segundo caso (la acción “normativa”) se entiende al momento de la acción como un punto de paso de lo dado (las normas instituidas), inocuo en tanto tal.

En cuanto a los modelos que se proponen como explícita superación de esta dicotomía, a los que hice rápida referencia en la nota 1: admiten como principio la existencia de una productividad de las prácticas, y en tal sentido de una “creatividad”, pero ofrecen para dilucidarla los mismos medios conceptuales que ofrecen para dilucidar las prácticas en general, cualquiera sea su tipo o naturaleza. Que la creatividad tensione estos marcos significa (1) como hipótesis débil, que obliga a ampliar el sentido de esos conceptos hasta hacerlos abarcar de un modo claro y explícito a la imaginación; (2) como hipótesis fuerte: que obliga a trascenderlos como medios conceptuales suficientes para dar cuenta de la creatividad.

§ *La dimensión creativa de las prácticas sociales constituye una llave para dilucidar de un modo distinto a los tradicionales la relación entre teoría de la acción y teoría del cambio social.*

La “teoría de la acción”, en el sentido indicado, ha estado siempre conectada, de modo explícito o no, a la teoría del cambio social. Pensar el por qué de la acción es pensar sus posibilidades y sus límites como fuente de cambio.

Desde un punto de vista lógico, se pueden distinguir dos formas en que se ha pensado esta relación: o bien el cambio social es producto de la acción deliberadamente orientada en ese sentido por actores propositivos, en general colectivos (teoría de la revolución, teoría de los movimientos sociales, etc.); o bien el cambio es producto más o menos ciego de la agregación “objetiva” de acciones no (necesariamente) orientadas al cambio, a la manera de un metabolismo social (efectos perversos de la acción, dilemas de racionalidad colectiva, etc.).

En la creatividad de las prácticas sociales se encierra en potencia un modo alternativo de pensar esa relación. En ella, la acción no es ni *medio para* ni *causa de* el cambio, sino *instancia del cambio ella misma*. No es un instrumento que se pone al servicio explícito y consciente de una construcción futura, ni un momento objetivo de concatenaciones causales que alteran objetivamente lo dado. Es, la acción, *el punto de amarre y efectivización del cambio*.

4.

La extrema abstracción de estas premisas obedece, precisamente, a su carácter de premisas. No constituyen una “teoría” ni parte de una teoría, sino un esquema sobre el que la teoría ha de apoyarse. Esto significa que la teoría tiene en ese marco su estructura básica, pero también sus límites. De ahí la importancia de explicitarlo.

Para concluir, quisiera formular y responder dos de las muchas preguntas posibles a este

planteo. La primera es teórica: ¿por qué plantear el tema de la creatividad en el marco de una teoría de la acción? Si la creatividad, es un fenómeno ligado inevitablemente a “lo colectivo”, como las propias premisas lo afirman: ¿por qué apostar por dilucidarlo como problema en el ámbito específico de la “teoría de la acción”?

La segunda pregunta corresponde al ámbito práctico: ¿qué tipo de apuesta extrateórica hay detrás de la preocupación por la creatividad? Si los problemas, como sabemos sin duda, no se eligen azarosamente, debe haber detrás de este esfuerzo un sustento que no se reduce al mero interés de apuntalar la empresa colectiva global llamada “teoría de la sociedad”.

La primera pregunta puede conducir de inmediato a la polémica “accionalismo” vs. “antiaccionalismo”, que no tiene sentido abordar aquí⁸. Más importante es precisar de qué hablamos al decir “teoría de la acción”. No, ciertamente, de la mera conjunción de conceptos que describen la naturaleza de un “actor” o “agente” (conceptos referidos a su “subjetividad” o su “corporalidad”, por ejemplo), sino de una elucidación más amplia del *hacer social*, que incluye esas categorías pero las trasciende. Pensar el *hacer social* requiere dilucidar la naturaleza de los agentes, pero también la naturaleza de lo que constituye al agente sin estar inscripto en él: su medio ambiente simbólico, las reglas y normas que dan coherencia a su entorno, los recursos validados y disponibles, las consiguientes relaciones del agente con otros agentes, etc.

En este sentido, “teoría de la acción” no se refiere a algo nítidamente separado de fenómenos supuestamente ajenos a la acción (“estructuras”, “sistemas”, “cultura”, etc.): en parte no puede estar separado (teorizar la acción no se reduce a teorizar al actor), y en parte cada construcción teórica tiene como tarea, justamente, formular esas conexiones.

“Teoría de la acción”, en resumen, no equivale a “teoría del actor individual”, y la opción por la “teoría de la acción” no tiene nada que ver con la opción por un “individualismo”, sea ontológico o metodológico. Tampoco, por lo mismo, con un interés por actos individuales contrapuestos a actos o acciones “colectivas”. Y menos aún a un interés “micro” social, que se opone al interés “macro”.

Optar por plantear el problema de la creatividad en el ámbito específico de la teoría de la acción significa entonces, sencillamente, rechazar la apuesta de pensarla exclusivamente en términos de categorías holísticas como “estructura”, “sistemas” y afines. Significa afirmar que, si puede concebirse algo así como una creatividad “de los sistemas”⁹, ella pasa en algún punto por un *hacer social* cuyos “sujetos”, en el sentido gramatical de la palabra, son seres humanos actuantes.

En cuanto a la segunda pregunta (la apuesta extrateórica), el riesgo paralelo sería pretender argumentar sobre el sentido en que una teoría de la creatividad puede ser *teoría crítica*. En lugar de eso, prefiero apuntar a la sensación que nos produce la teoría social contemporánea cuando la interrogamos desde el interés por el cambio social. Podría decirse que el péndulo de la sociología se ha movido desde el extremo de un optimismo relativamente simplista orientado por el marxismo (el cambio tiene mecanismos y reglas precisas, es inexorable y es *para bien*), al extremo de lo que podríamos llamar *el pesimismo de la complejidad*, que procede por negación puntual de esas tres premisas. A medida que la teoría se ha complejizado y diversificado, y ha asumido no sólo la opacidad de su objeto, sino también la de su propio estatuto, ha acompañado a su modo el enfriamiento de las energías potenciales de la acción.

Sería ingenuo pensar que esa situación puede modificarse de un modo directo y deliberado. En cambio, no parece ingenuo detectar y pensar los “olvidos” de la tradición teórica, aquellos aspectos de lo social, lo histórico y lo humano que la inercia temática y conceptual

ha excluido del discurso explícito de la sociología. Y tanto más cuando se trate de olvidos que intuitivamente conectamos con el pesimismo. La creatividad de la acción humana, y la imaginación como aspecto de lo humano y lo socio-histórico constituyen, creo, un ejemplo.

Notas

1. Si se tienen en cuenta las referencias clásicas al “carisma” (excepcionalidad creadora de la historia, según Weber) o la “eferverscencia colectiva” (matriz de innovación institucional, en Durkheim). La poca atención de la que hablo implica, entre otras cosas, que estos episodios del pensamiento clásico casi no han repercutido en el desarrollo posterior (de Parsons y Schütz hasta Bourdieu) de la teoría de la acción.
2. *Obviamente Bourdieu*: puesto que se trata posiblemente de la única teoría de la “acción” estrictamente sociológica, en el sentido de llevar a buen puerto (un puerto teóricamente sofisticado y unánimemente bien estimado) la pretensión de pensar las prácticas sociales con independencia tanto de la teoría del conocimiento como de la psicología (cfr. por ejemplo Bourdieu, 1991: cap. 3).
Obviamente Giddens: en la medida en que realiza el trabajo, destacado en el panorama contemporáneo, de articular e intentar superar buena parte de las escuelas sociológicas y filosóficas que se han ocupado de la acción (un texto breve y fundamental: Giddens, 1995: cap. 2).
Menos obviamente Archer, que queda reducida a veces a su función de antagonista de Giddens, pero que hace el importante esfuerzo, poco usual en la discusión reciente, de vincular teoría de la acción con “cultura”, y de hacerlo además de cara a una teoría del cambio social (Archer, 1998).
Inevitablemente Habermas, por su indiscutida centralidad de cara al proyecto de una teoría de la acción, aunque más no sea, si se rechaza el postulado de la “acción comunicativa”, por su inagotable diálogo con la tradición sociológica precedente (Habermas, 1988; Habermas 1994: Primera Parte).
3. Por ejemplo su discusión con Habermas (reseñada críticamente en Kalyvas, 2000).
4. La palabra “creatividad” es moneda corriente en ámbitos ligados a la empresa, como el “management” o la publicidad. En general, designa allí tanto un valor estratégico de personas o entidades como un requerimiento *sine qua non* de la supervivencia en escenarios competitivos. Por supuesto, es interesante ahondar en las implicancias ideológicas de este uso y otros similares. El mecanismo global pareciera ser uno muy conocido, a saber, la exaltación de la diferencias de “capacidades” como justificación de la desigualdad. Otro “ideologema” de la creatividad, muy diferente, es el que atribuye a los grupos socialmente dominados unas capacidades de innovación en la “resistencia”, que invita a la celebración folclórica y exime de consideraciones estructurales respecto de los límites de esa resistencia. Por supuesto, estas son consideraciones muy generales e intuitivas respecto del uso social de una palabra que, a diferencia de otras que pueda invocar el trabajo teórico, está cargada de valoraciones. Un análisis en perspectiva histórica de la semántica, compleja y cambiante, de “creatividad”, aunque con referencia

sobre todo a la lengua inglesa, puede encontrarse en Williams (2000: 82).

5. Un recorrido por los *abstracts* de las principales bases de datos indica en efecto que, salvo en el ámbito de discusión promovido por Joas, “creatividad” no forma parte del acervo teórico corriente de la sociología.
6. Se puede apelar aquí, como marco de referencia, a distinciones del tipo de las de Popper (mundos “1”, “2” y “3”) y de Habermas (mundo objetivo, subjetivo y social).
7. Por razones adjudicables a una mal entendida “división del trabajo”, los esfuerzos de la sociología por formular una teoría de la acción suelen dejar de lado la problematización explícita del fenómeno de los significados y sentidos de que dependen tanto la acción como la comprensión. Paralelamente, la impronta holística y antiaccionalista de buena parte de la teoría del discurso promueve, en su ámbito, el sesgo paralelo de pensar la significación *sin pensar la acción*.
8. Cfr., para una introducción reciente, De Ípola, E. (2004).
9. La noción de “autopoiesis” alude en su misma semántica a la creación que el sistema es capaz de realizar de sí mismo y de sus partes constitutivas. De modo que la teoría de sistemas, en su versión luhmaniana al menos, es un ámbito posible para discutir la creatividad social. Las afinidades que, no obstante las profundas diferencias filosóficas, tiene esta propuesta con la de Castoriadis, se diluyen en el punto en que Castoriadis reconoce un anclaje de la creatividad, como rasgo de lo sociohistórico – colectivo, en la “mónada psíquica” del sujeto singular.

Bibliografía

ARCHER, M. (1997), *Cultura y teoría social*, Buenos Aires, Nueva Visión.

BERNSTEIN, R. (1979), *Praxis y acción*, Madrid, Alianza.

BOURDIEU, P. (1991), *El sentido práctico*, Madrid, Taurus.

CAMIC, C. (1998). "Reconstructing the Theory of Action", *Sociological Theory*, 16.

CASTORIADIS, C. (1983), *La institución imaginaria de la sociedad, Vol. 1: Marxismo y teoría revolucionaria*, Barcelona, Tusquets.

----- (1989), *La institución imaginaria de la sociedad, Vol. 2: El imaginario social y la institución*, Barcelona, Tusquets.

CRESPI, F. (1997), *Acontecimiento y estructura. Por una teoría del cambio social*, Buenos Aires, Nueva Visión.

CRISTIANO, J. (2006), “Teoría de la acción y cambio social. Acerca del concepto de acción creativa”, Inédito. Informe de Investigación Secyt – UNC N° 197/05.

DALTON, B. (2004), "Creativity, Habit, and the Social Products of Creative Action: Revisiting Joas, Incorporating Bourdieu", *Sociological Theory*, 22:4.

DE ÍPOLA, E. (2004), "Introducción", en DE ÍPOLA [coord.]. *El eterno retorno. Acción y sistema en la teoría social contemporánea*, Buenos Aires, Biblos.

DOMINGUES, J. (2000), *Social Creativity, Collective Subjectivity and Contemporary Modernity*. London, McMillan.

GIDDENS, A. (1987), *Las nuevas reglas del método sociológico*, Buenos Aires, Amorrortu.

----- (1995), *La constitución de la sociedad*, Buenos Aires, Amorrortu.

HABERMAS, J. (1988), *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols., Madrid, Tecnos.

----- (1994), *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*, Madrid, Cátedra.

JOAS, H. (1996), *The Creativity of Action*, Chicago, University of Chicago Press.

----- (1998), *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*, Madrid, CIS.

----- (2002), *Creatividad, acción y valores. Hacia una teoría sociológica de la contingencia*, México, UAM – Goethe Institut.

KALYVAS, A. (2000), "La politique de l'autonomie et le défi de la délibération: Castoriadis contra Habermas", *Le Temps Modernes*, N° 609.

KILPINEN, E. (1998), "Creativity is Coming", *Acta Sociologica* 41.

MERTON, R. (1980), "Las consecuencias imprevistas de la acción social", en *Ambivalencia sociológica y otros ensayos*, Madrid, Espasa Calpe.

SZTOMPKA, P. (1994) *Agency and Structure. Reorienting Social Theory*, Gordon and Breach.

WILLIAMS, R. (2000), *Palabras clave*, Buenos Aires, Nueva Visión.