
INTRODUCCION

La información es el elemento integrador en el continuum arte-ciencia. Información sensible e información racional (dato) son unidades de sentido y significación, que trascienden el aspecto inmediato de la vida cotidiana y del sentido común.

La información sensible tiene un doble aspecto: el creador y el frutivo, plasmados en la obra o el objeto de arte.

La información racional bajo el aspecto de datos, se encuentra en el producto y el comienzo de toda investigación, articulándose sistemáticamente con algún cuerpo teórico.

Ambos tipos de información se combinan en el proceso de vida de cada cultura, impulsando sus transformaciones. Así, por ejemplo, la curiosidad científica y la madurez estética se conjugan a veces en obras, que como las arquitectónicas, están abiertas, expuestas en medio de un paisaje, y al mismo tiempo, encierran los espacios en que se desarrolla la comunicación.

Los horizontes del arte y la ciencia se encuentran presentes, cada vez más y con mayor abundancia en el medio familiar del hombre común. Los objetos de uso doméstico son una de las síntesis posibles, a partir del diseño industrial. El cine, la televisión o la radio pueden ofrecer otras, donde la tecnología y la expresividad, la fluidez de las imágenes o las modulaciones del sonido, manifiestan al unísono, el avance de la ciencia aplicada y el desarrollo estético.

La comunicación se encuentra siempre en proceso; éste dista de ser uniforme y responde a múltiples causas. Cuando se analiza el pasado, este proceso adquiere una dimensión histórica, y es a través de ella que podemos reconocer a la creatividad como uno de los factores que la impulsan.

La comunicación es un factor vital propio de los sistemas vivos; en la medida en que se resiente o disminuye, éstos comienzan a envejecer. Sus excesos

pueden tener también graves consecuencias porque llegan a inhibir las iniciativas, confundir, o demorar fatalmente las respuestas; es decir, que también contiene cierto potencial destructivo y subversivo.

La creatividad no es un fenómeno exclusivo de las personas más inteligentes o más cultas... aunque inteligencia y cultura pueden contribuir a impulsarla. Antes bien, la creatividad parecería originarse en necesidades y deseos de los sujetos (individuos, grupos, sociedades). Se concreta, no a través de las vías tradicionales previstas por la cultura de que tales sujetos son portadores, sino mediante “brincos” que las evaden o que eluden los vacíos de conocimiento y configuran “bucles extraños”, provocando que una solución altamente improbable en cierto momento, tenga lugar en el mismo y no más adelante.

Esta nueva solución impulsa y expulsa otros objetos, valores, formas de vivir y de expresar, al ocupar su propio espacios. Obliga a los sujetos a redefinir sus problemas (además de sus necesidades y deseos) y también los conocimientos de que disponían, mediante el efecto de la realimentación y el aprendizaje.

La analogía, la homología, el isomorfismo, la extrapolación y los juegos combinatorios, ofrecen opciones a la creatividad ...siempre que existan oportunidades para transgredir las reglas. La casualidad ayuda.

El producto creativo es siempre una transgresión porque se resuelve más allá de lo prevista, más allá del conocimiento y la experiencia.

Los artículos de esta sección abordan, desde muy distintos perfiles ésta problemática. Los trabajos aquí reunidos son el resultado del primer y segundo coloquios de creatividad y comunicación realizados en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 1987-1989.

Silvia Molina