

Referencias bibliográficas:

de Bono, E. (1970) El pensamiento lateral, manual de creatividad. Barcelona: Paidós.

Abstract: Humans move and evolve through creativity. The greatest achievements of mankind are creative achievements. People who acted, who activated changed and renewed the course of history, are creative people. Exercising creativity allows us to generate new thinking strategies and change the view. Exercise and creative stimulation reinforce self-esteem, underpin, support and project the future professional as a proactive, effective and efficient individual.

Keywords: creativity - solutions - social change.

Resumo: Os seres humanos avançamos e evoluímos graças à criatividade. Os maiores lucros da humanidade são lucros criativos. As pessoas que iniciaram ações que ativaram, mudaram, renovaram o curso da história, são pessoas criativas. O exercício da criatividade permite-nos gerar novas estratégias de pensamento e modificar o ponto de vista. O exercício e a estimulação criativa reforçam a autoestima, apuntalan, sustentam e projetam ao futuro profissional como indivíduo pró-ativo, eficaz e eficiente.

Palavras chave: criatividade - soluções – mudança social

(*) **Rony Keselman.** Director de Teatro, autor, guionista de TV y músico.

La creatividad como vocación.

Lucas Labandeira (*)

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Resumen: El encuentro entre la vocación y la creatividad. Se explora la relación entre ambos conceptos, resaltando el valor de la creatividad como habilidad para resolver y adaptarse a las diferentes situaciones de la vida, entre las cuales se encuentra la elección vocacional. Se plantea la necesidad de crear espacios donde se estimule el pensamiento divergente para formar sujetos que tengan capacidad de análisis y crítica sobre la realidad en la que viven.

Palabras clave: creatividad – vocación - pensamiento divergente.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 169]

Elegir una vocación nunca es una tarea simple. Algunos afortunados saben lo que quieren hacer desde pequeños y reconocen muy temprano su vocación. Pero para aquellos que no lo saben puede ser una experiencia difícil de transitar. ¿Qué estudiar? Parece ser una decisión enorme cuando uno es un adolescente terminando el secundario. Sobre todo, cuando uno cree que es una resolución definitiva, irremediable y determinante. La realidad es que no lo es. Y no debiera serlo, dado que los intereses mutan, la experiencia modifica nuestros deseos, por lo que hay que entender a la vocación como un proceso dinámico donde el cambio es parte fundamental de la vida.

Los niños comienzan sus vidas académicas en instituciones que no eligen, en las cuales deben aprender contenidos que son impuestos por los adultos y que llegan a ellos de forma normativa. La vida escolar implica pocas elecciones de parte de los menores. Pero terminar el secundario sugiere un desplazamiento, donde el sujeto que hasta el momento era mayormente pasivo debe tomar un rol activo y elegir qué hacer. Este momento es “la transición entre la adolescencia y la adultez y está imbuida por el miedo a caer de la pirámide social” (Rascovan, 2009, p. 26). Es este miedo a cometer un error que repercute en el desarrollo esperado de sus vidas, el que produce en aquellos que deben elegir, una gran

presión por no equivocarse. Dicho proceso compromete a todo el individuo, pone su subjetividad, sus deseos, sus miedos y anhelos en juego, no sólo elige qué estudiar sino también quién quiere ser en el futuro. La vocación entonces influye sobre la identidad de la persona, el elegir un hacer implica una construcción de un ser (Rascovan, 2009), donde la relación entre la vocación y la identidad es tal, que es común escuchar a la gente referirse a sí mismos como abogados, psicólogos, médicos, etc.

Pero no hay que pensar en la elección como un trayecto lineal y previsible, sino como itinerario que busca aproximar al sujeto que elige a su deseo, entendiendo que éste nunca será totalmente satisfecho. La trampa está en creer que se puede tomar una decisión correcta que resuelva el futuro de la persona de forma prolija y acabada. Por esto, hay que pensar en la vocación como un recorrido (Rascovan, 2009), que se nutre de las experiencias, permitiendo un aprendizaje que se organiza alrededor del empleo como vehículo para que el sujeto alcance sus metas.

En el caso de las disciplinas creativas el cambio es aún más esencial. Lo más importante en una profesión creativa es poder hacer buenas preguntas, ser curioso y querer aprender cosas nuevas, dejándose impregnar por las experiencias y por dar forma a nuevas creaciones.

La vocación de un creativo es aquella gran habilidad que poseemos todos desde pequeños: la imaginación. El creativo necesita poder imaginar, tal como lo hacen los niños cuando juegan. Lamentablemente a medida que uno crece aparecen las normas y los juicios de valor. Y el niño aprende que hay cosas que están bien y cosas que están mal. Es ahí cuando la imaginación va perdiendo la fuerza del juego sin miedo al error.

Por esta razón, lo primero que debe aprenderse en una carrera creativa es a fracasar, a equivocarse con pasión. Abandonar la rigurosidad de la lógica, dejando de lado el control consciente para dar lugar al pensamiento divergente (Roig, 2011), posibilitando el eludir las reglas para sintetizar nuevas. Para Csikszentmihalyi (1996) los individuos creativos poseen la capacidad para adaptarse a las diferentes circunstancias para alcanzar sus metas de forma novedosa y divergente, saliéndose de la lógica habitual. Dicha creatividad (Csikszentmihalyi, 1996) abarca tres aspectos: por un lado una cultura que posee reglas, el sujeto creativo que aporta novedad y los expertos de cada disciplina que reconocen el valor de dicho aporte y lo implementan.

Las escuelas y universidades son dispositivos que colaboran en la reproducción de un orden social, cultural y sus reglas. Es durante esta instancia que los alumnos son exhortados a pensar de forma convergente y seguir una secuencia lógica basada en las normas socialmente compartidas. Y está bien que así sea, al menos en parte. Pero Torrance (2002) subraya que la búsqueda de la respuesta correcta atenta contra la creatividad, y es este sesgo de dar aquella respuesta que se considera culturalmente correcta lo que limita la predisposición natural del sujeto a encontrar soluciones alternativas. Esto no significa que el aprender las tablas de multiplicar no sea útil e importante, sino más bien que es necesario incluir un espacio que le permita al alumno expresar su creatividad, pudiendo así desarrollar su mirada única de la realidad y permitiéndole encontrar respuestas novedosas.

La creatividad y la vocación tienen en común que ambas requieren de una búsqueda permanente, “crear es como el acto de desear: nunca se satisface” (Roig, 2011, p. 21). En este punto, Torrance coincide, ya que recalca la importancia de la perseverancia como componente indispensable para alcanzar lo creativo. La persistencia frente la adversidad y los errores es una característica presente en los sujetos creativos, quienes no pierden el rumbo al encontrarse con el error sino que por el contrario continúan avanzando buscando nuevas soluciones. Mackinnon considera que la creatividad debe funcionar como una respuesta para resolver un problema (como se cita en Roig, 2011). En este sentido, la búsqueda del propio recorrido vocacional no se diferencia de la búsqueda creativa. Para que éstas sean posibles es necesario estar abiertos y predispuestos a la experiencia proveniente del entorno, como también al devenir emocional que la acompaña. El coraje para enfrentar la incertidumbre será condición sine qua non para desarrollar tanto el talento creativo como para encontrar la vocación. La instancia de elección de carrera puede ser encarada en forma creativa y dinámica, de manera que desaparezca la concepción tradicional de una identidad vocacional

rígida y lineal. La fluidez que es propia de lo creativo, permitirá disminuir el peso de la decisión solemne que suele implicar la elección vocacional, para reemplazarla con el entendimiento de que es simplemente un eslabón de una cadena de decisiones que se deberán llevar adelante para encontrar un hacer que esté en sintonía con el ser. De esta manera, la elección de carrera deja de ser un obstáculo insoslayable, para volverse un problema más a resolver.

La creatividad es entonces una herramienta de gran valor, es la capacidad del individuo para adaptarse a nuevas situaciones de forma efectiva y saludable. Por esta razón, es imprescindible crear entornos nutritivos para la creatividad. Éstos deben representar espacios seguros para la presentación de ideas que no sean sometidas a la burla y el rechazo, que se concentren en el potencial y no tanto en las normas; para que así se pueda profundizar lo superficial, recompensando el esfuerzo en todas sus magnitudes (Torrance, 2005). Esto implicará permitirle al alumno encontrar soluciones alternativas a las esperadas, donde pueda desplegarlas alejándose de las respuestas y métodos previsibles. Se les debe solicitar que busquen soluciones más allá de la teoría, textos y la tecnología informática disponibles (Alexrod, 1997). Para que estos entornos sean realmente nutritivos, hay que recordar que aunque se le da mucho valor a la creatividad, es posible que los docentes roten a los alumnos que se desvían de la norma como problemáticos o disruptivos (Tuckman, 2001), por lo que es necesario crear instancias educativas donde el salirse de la norma sea recompensado y estimulado. Esta necesidad no se limita simplemente a disciplinas consideradas tradicionalmente creativas, sino que también apuntan a destacar la utilidad y presencia de creatividad en diferentes saberes como lo artístico, científico, social y hasta espiritual (Vernon, 1989).

El salto del secundario a la universidad es un momento muy singular donde se dan una serie de cambios y es natural que se transite dicho período con gran ansiedad. Eso puede mejorar si se considera que es un momento para poner en juego la propia creatividad pudiendo transformar la elección vocacional en una oportunidad para la génesis de un camino satisfactorio para la persona.

La decisión sobre qué camino tomar en el futuro es una de las tantas situaciones donde la creatividad puede dejar su marca, permitiéndole a cada sujeto encontrar aquella solución que realmente le pertenece. Claro está, que esa decisión nunca será ajena a la cultura, pero al menos tendrá un alto grado de resonancia con la esencia de aquel que la encontró y le permitirá a otros aprender diferentes modalidades de resolución que enriquezcan a la comunidad en general. Por ello, es de suma importancia incentivar aquellas habilidades a las que Torrance (Crevar, s. f.) considera que le pertenecen a los individuos que van más allá, como son el coraje, la predisposición a tomar riesgos y hacer aquello que uno puede hacer bien.

En síntesis, se destaca la importancia de promover el pensamiento divergente de aquellos que estén en formación para que puedan desplegar su infinito potencial creativo. En pocas palabras, se propone que más que

cualquier otra cosa, la vocación sea la búsqueda creativa misma, que sirva de medio para resolver el inagotable acertijo del futuro.

Referencias bibliográficas:

- Axelrod, J. (1997). *The University Teacher as Artist*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Inc.
- Crevar, A (s. f.) *Paul Torrance thought IQ tests were an inappropriate way to gauge true intelligence*. So he devised methods of testing creativity that are now employed the world over. Recuperado de <http://www.uga.edu/gm/301/FeatCreate.html>
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial.
- Rascovan, S. (2009) *Orientación vocacional: una perspectiva crítica*. Buenos Aires: Paidós.
- Roig, F. A. (2011) *La estrategia creativa. Relaciones entre concepto e idea*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Torrance, P. (2002) *The manifesto: a guide to developing a creative career*. West Westport: Ablex.
- Torrance, P. E. (2005). *Different Ways of Learning for Different Kinds of Children*. Mental Health and Achievement. New York, NY: John Wiley and Sons.
- Tuckman, B. W. (2001). *Educational Psychology: From theory to application*. Harcourt-Brace Jovanovich

College Publishers.

Abstract: The meeting between the vocation and creativity. The relationship between the two concepts is explored, highlighting the value of creativity and ability to solve and adapt to different situations of life, among which is the career choice. The need to create spaces where divergent thinking is encouraged to form subjects having analytical skills and critical about the reality in which they live is considered.

Keywords: creativity - vocation - divergent thinking.

Resumo: O encontro entre a vocação e a criatividade. Explora-se a relação entre ambos conceitos, realçando o valor da criatividade como habilidade para resolver e se adaptar às diferentes situações da vida, entre as quais se encontra a eleição vocacional. Propõe-se a necessidade de criar espaços onde se estimule o pensamento divergente para formar sujeitos que tenham capacidade de análise e crítica sobre a realidade na que vivem.

Palavras chave: criatividade – vocação – pensamento divergente.

(*) **Lucas Labandeira**. Diseñador Audiovisual (UP). Psicólogo.

Taller de simulación profesional para pre – universitarios.

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Valeria Lagna Fietta (*)

Resumen: Esta experiencia es realizada con alumnos del último año de la escuela secundaria en sus colegios y también dentro de la universidad para aquellas personas interesadas en estudiar la carrera Organización de Eventos. En este taller pueden tener una aproximación al trabajo de producir un evento.

Palabras clave: simulación – ejercicio profesional – espacio transicional

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 170]

Desde hace 2 años y dentro del marco de la Escuela Pre – Universitaria se realizan los llamados Talleres de Simulación Profesional.

Estos talleres permiten sentirse profesionales mientras mantienen una reunión de producción estilo *Brainstorming*, donde podrán elaborar una propuesta concreta para presentar a un cliente hipotético, en este caso, el docente.

Cuando los jóvenes se encuentran terminando el nivel secundario se enfrentan a la realidad de comenzar una carrera que los va a acompañar el resto de sus vidas.

Si bien muchos ya la tienen decidida desde hace tiempo, cuando llega el momento real de inscribirse en una carrera de una universidad determinada, comienzan las

dudas, los temores y esa necesidad de sentirse completamente seguros de que la decisión que tomaron es la correcta.

Con esta línea de pensamiento es que se llega a plantear la idea de estos talleres, donde muchas veces se pasa de la fantasía a la realidad, de lo que uno imagina que es una profesión a lo que es en la práctica, y si bien es una muestra en un tiempo determinado y acotado, sirve para transmitir una experiencia y hacer un recorte del ejercicio profesional.

El desarrollo del taller consiste en una primera parte teórica donde se les explica a los asistentes cuales son las fases de la producción de un evento y la importancia del desarrollo de la idea principal y de la venta de la misma.