

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.

Para ello se les brindan las herramientas principales para el desarrollo de la idea general, se les explica cómo se busca el hilo conductor que genere la identidad del evento en relación al perfil del potencial cliente, ya sea corporativo (una empresa) o social (novios, cumpleaños). También, cuáles son los principales servicios a tener en cuenta para llevar adelante esa idea y la importancia y estrategia para saber ofrecerla, haciendo hincapié en que lo que se ofrece es la idea y no se pasa simplemente un presupuesto.

Terminada la etapa teórica, se los organiza por grupos de aproximadamente seis integrantes y se plantean dos opciones de eventos con características específicas tales como: Tipo de evento, cantidad de asistentes, objetivo a cumplir con la realización, horario, propuesta artística, etc. Las opciones son un evento corporativo y un evento social.

En el caso del evento corporativo se les pide que elijan una empresa reconocida para poder trabajar con la identidad y el perfil de la misma. Pero en el del evento social, se les brindan las características de la personalidad y los gustos de la homenajeadada para buscar y desarrollar la idea general y el hilo conductor en base a ese perfil específico.

Pasado ese lapso de tiempo se invita a cada equipo a presentar y “vender” su propuesta, la idea general en aproximadamente cinco minutos, compartiéndola con el resto de los equipos. Comienzan presentando el evento elegido, el lugar que pensaron para su realización, teniendo en cuenta el hilo conductor, y deben narrar desde el momento de la acreditación hasta como se irá desarrollando el evento, mencionando los shows elegidos, los obsequios, etc.

Al finalizar todas las presentaciones se genera una charla a modo de devolución sobre cómo se sintieron, si el ejercicio es similar a lo que imaginaban de la profesión y por supuesto, un espacio para responder a todas las inquietudes que trajeran con anterioridad o que hayan surgido después del taller.

Abstract: This experience is conducted with students in their final year of high school in their schools and also within the university for those interested in pursuing a career of Organization of Events. This workshop can be an approach to the labor they have to produce an event.

Keywords: simulation - professional practice - transitional space.

Resumo: Esta experiência é realizada com alunos do último ano da escola secundária em seus colégios e também dentro da universidade para aquelas pessoas interessadas em estudar a carreira Organização de Eventos.

Nesta oficina podem ter uma aproximação ao trabalho de produzir um evento.

Palavras chave: simulação – exercício profissional – espaço transicional

(*) **Valeria Lagna Fietta.** Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales (UADE). Consultora y Capacitadora en Comunicaciones y Producción. Dicta Seminarios y Talleres sobre Eventos y Comunicaciones.

Nuevas competencias, nuevo currículum.

Diego Lema (*)

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Resumen: Este paper se propone analizar cómo impactó la consolidación de las nuevas tecnologías, en las prácticas tradicionales de la comunicación y el marketing, con el objetivo principal de reflexionar sobre la urgencia de replantear los contenidos de las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Palabras clave: currículum – NTICs – Diseño y Comunicación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 172]

El objeto de interés de este paper es reflexionar sobre cuáles son los conocimientos que las carreras de diseño, comunicación y las escuelas de publicidad enseñan a sus alumnos y la urgencia de revisarlos e incorporar nuevos contenidos.

En todo el mundo se está reflexionando sobre las nuevas capacidades que deben tener nuestros alumnos. La mayoría de nosotros ya escuchó a Sir Ken Robinson (2006)

hablar sobre cómo las escuelas matan la creatividad. El actual sistema educativo fue concebido en la cultura intelectual de la Ilustración, y en el contexto económico de la Revolución Industrial. Para Robinson, la verdadera inteligencia en el modelo actual de educación, consiste en las capacidades de razonamiento deductivo y el conocimiento de los clásicos y sus nombres, lo que se entiende como habilidad académica. Y esto está en