

Regístrate y Compra en TELENTRADA.COM :: Cada día tu entrada te puede salir GRATIS.

WebLog Ciencias de la Información

WWW.CCIIBLOG.TK

Todas | [General](#) | [Universidad](#) | [Periodismo](#) | [Publicidad y RR.PP.](#) | [Comunicación Audiovisual](#) | [Weblogger](#) | [Bibliografías](#) | [Entrevistas](#) | [Quiénes somos](#) | [Colaboraciones](#) | [Creatividad](#) | [Archivo de Prensa](#) | [Archivo de Posts](#) | [Código Ético](#)

miércoles julio 20, 2005

Lo importante que es la información

En realidad ese titular se puede aplicar a cualquier ámbito de la vida, cualquier error que cometemos se suele deber a una falta de información. A la hora de votar, de tomar decisiones, de comportarnos de una determinada manera o de depositar nuestra confianza en alguien sería conveniente tener toda la información posible.

Esta semana he accedido a una información estadística sobre las visitas y el comportamiento de los usuarios en el portal [Universia Tech](#)

(2005-07-20 00:11:53.0) [Permalink](#) [Comentarios \[0\]](#)

lunes julio 18, 2005

Complot, nueva escuela de creativos

Esta vez en Barcelona, [Complot](#) es la tercera Escuela de Creatividad que se inaugura en España, tras [Zink Project](#) y [Miami Ad School](#). Complot, "Tenemos un proyecto" es una iniciativa de creativos de importantes agencias situadas en Barcelona, el objetivo del curso es conseguir hacer un buen book para conseguir trabajo como creativo en agencias. El curso se imparte en un entorno innovador y durante tres meses. Consiste en prácticas clases de 20 a 23h martes y jueves, y una reunión con importantes creativos un viernes cada 15 días, el coste del curso es de 1400 €, y ante las pocas plazas disponibles es necesario superar unas pruebas de selección. En la página web puedes acceder a toda la información.

La aparición de escuelas de creatividad como [Zink Project](#), [Miami Ad School](#) o [Complot](#) denotan una gran carencia en la formación universitaria en publicidad, carencia en la práctica de la tarea estrella de la profesión, la creatividad. Algunas universidades como hemos visto en posts anteriores recurren a talleres creativos, pero esto no es la solución, simplemente es un reconocimiento del problema y un parche al mismo. Es preocupante que la tarea estrella de una profesión que se estudia en la universidad no esté contemplada en el plan de carrera. Las agencias no son ya empresas en las que el aprendiz aprende del maestro, y la universidad no asume esa función, ser publicitario es cada día más difícil y más caro.

Alejandro Gómez Muñoz

alehopgm@gmail.com

(2005-07-18 22:15:29.0) [Permalink](#) [Comentarios \[0\]](#)

domingo julio 10, 2005

Coca Cola compra "Caracol"

archivos

julio 2005

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

[Previo](#) | [Hoy](#) | [Próximo](#)

[XML](#)

premios

Vótame



secciones

- [Secciones Weblog](#)
- [Página Principal](#)
- [General](#)
- [Universidad](#)
- [Comunicación Audiovisual](#)
- [Periodismo](#)
- [Publicidad y RR.PP.](#)
- [Creatividad](#)
- [Entrevistas](#)
- [Colaboraciones](#)
- [Bibliografías](#)
- [Weblogger](#)
- [Quiénes Somos](#)
- [Archivo de Posts](#)