



## 10 mentes creativas

La Asociación Argentina de Agencias de Publicidad junto a la Asociación Latinoamericana de Agencias de Publicidad (ALAP) lanzaron un nuevo proyecto en el que ambas vienen trabajando hace mucho tiempo, titulado "La publicidad busca las 10 mentes más creativas", que tiene un fin social: reconocer la creatividad por sobre todas las cosas, premiando a los 10 jóvenes más creativos, con 10 becas completas para estudiar publicidad y entrenar su creatividad junto a las dos entidades.

Jorge Castrillón, gerente general de la AAAP y rector del ISP, y Pablo Braña presidente de Publimen y del Capítulo argentino de la ALAP, explicaron que "a la hora de plantear el concurso, nos basamos en el principio de lo simplista, ahí es donde la verdadera creatividad aparece, por eso el brief pedirá que ellos se presenten como una de las 10 mentes más creativas de Latinoamérica". Quienes deseen participar, pueden registrarse en la web ([www.10mentes.com](http://www.10mentes.com)) y descargar el brief. Estos trabajos serán evaluados por un jurado de honor que seleccionará a los 20 finalistas que pasarán a la etapa final, donde el público votará por sus 10 ganadores.



## Proyectando Valores

Por otra parte y por séptimo año, la Cámara Argentina de Anunciantes organizó el Premio Proyectando Valores, cuya entrega se realizó el 11 de noviembre en el Hard Rock Café y fue encabezada por el presidente de la entidad, Luis Mario Castro. Cabe destacar que la concurrencia estuvo dada por alumnos de establecimientos universitarios y terciarios de todo el país. Su prestigioso jurado estuvo integrado por Castro (presidente), Gustavo Anderson (AAAP), Carlos Rago (Adepa), Héctor Parreira (ARPA), Heber Martínez (ATA), Ezequiel Jones (CAA), Miguel Daschuta (Conarp), Jorge Gandolfo (CPA) y Sara Shaw de Critto (FundTV). El 1º premio fue para dos estudiantes de la Universidad Católica Argentina (UCA), el segundo para estudiantes de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y el tercero para la Universidad Austral.

## Autoridades de la APM

La Asociación Profesionales de Medios presentó su nueva comisión directiva, que estará a cargo de la entidad a partir del año próximo. Elegida a través de una asamblea extraordinaria, quedó presidida nuevamente por Humberto Danuncio (Clarín), acompañado en la vicepresidencia por Gabriel Bianco (Telefe). El resto de comisión está integrada por: Edgardo Botto (Telefe) secretario, Héctor Albani (Artear) subsecretario, Mario Luis Rojas (Ventura Medios Regionales) tesorero, Tomás Salvagni (Clarín) protesorero. Son sus vocales: Gervasio Marqués Peña (La Nación), Inés Capurro de Castelli (directora de Estudios), Diego Handera (consultor) y Roberto Hernández (ConceptMedia). En tanto que la comisión revisora de cuentas estará integrada por Néstor Linari, Alberto Pazos, Miguel Angel Marinoni y Alicia López, mientras que la gerencia general quedará a cargo de la señora Elsa C. de Gallmarini.



## Escuela Superior de Publicidad

Se encuentra abierta la inscripción 2010 de la Escuela Superior de Publicidad, que fue fundada en 1940, siendo la primera en la materia en toda Latinoamérica y donde la educación es personalizada. Es una institución que prioriza por sobre todo, la formación actualizada de una publicidad acorde con los tiempos, basado en los pilares de la creatividad y la digitalización. La carrera está dirigida a alumnos caracterizados por su espíritu crítico e inconformista, con una gran capacidad de observación, con interés por las diferentes tendencias artísticas y creativas para la comunicación y las relaciones sociales. Se capacita al alumno de forma tal, que se encuentre preparado para enfrentar el desafío constante y cambiante de esta atractiva y atrapante profesión. Informes a [info@essp.com.ar](mailto:info@essp.com.ar) / [www.essp.com.ar](http://www.essp.com.ar), 4816-2999.

## Entre lo público y lo privado

Un informe elaborado por el departamento de research de la central de medios epm Gustavo Quiroga desplegó un panorama titulado "Origen y evolución de la publicidad: Entre lo público y lo privado"



a partir de conceptos del antropólogo argentino y catedrático universitario en México Néstor García Canclini. El estudio de la agencia se adentra en reflexiones sobre los ámbitos de lo público y lo privado en sus diversos conceptos. En tal sentido, el extenso trabajo de investigación aborda la particularidad de los medios de comunicación en el presente y los cambios que se operan. Con el mismo criterio se toma a la publicidad, por lo cual se pregunta "¿por qué debería la publicidad ser ajena a este proceso?" y agrega que "el campo de acción de la publicidad se ve constantemente afectado ya sea a su favor o en su detrimento. Se encuentra en permanente 'tensión', entre el ámbito de lo privado y lo público". Al explicar las características de lo que implica la innovación tecnológica y la llegada a los consumidores, el estudio señala: "Antes los consumidores debían ir detrás del contenido, hoy el contenido va detrás, sigue, busca y encuentra a los consumidores". Se trata de un material digno de ser leído.