

DISPARATES Y GAZAPOS MATEMÁTICOS
El Patio de la Infanta de Fundación Ibercaja acoge esta tarde, a las 19.30, la charla 'Disparates y gazapos matemáticos', que se enmarca en el ciclo de conferencias 'Matemáticas por doquier' que organiza la entidad.

TU OPINIÓN CUENTA

Otra vez mensaje, de nuevo mensajera

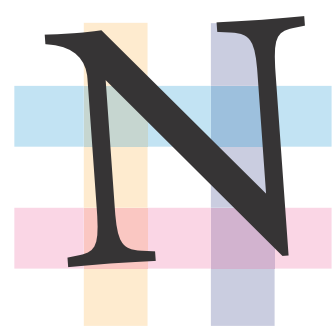
La semana pasada me propuse llevar a cabo un sencillo juego explorador: durante un día rastree las RRSS de varios centros educativos aragoneses. Recogí cuarenta y ocho informaciones que me acercan a los temas que les ocupan y me encontré con esto. Detecté ocho actuaciones sobre el Día de la Ciencia en la Mujer y la Niña, siete 'flashes' de movibilidades europeas, seis secuencias sobre convivencia y educación emocional, cinco acciones formativas de docentes, cuatro prácticas educativas de aula, cuatro destellos en bibliotecas de centro, cuatro encuentros con creadores, tres dinámicas con familias, dos reseñas del Día de la Paz, dos informaciones sobre carnaval, una videopíldora sobre la realidad de un colegio, una celebración de un posible premio y una propuesta vinculada al emprendimiento. De estos asuntos informan los centros, aunque tal vez no sean los que de verdad importan a sus protagonistas. Y no es una foto exacta, sino un leve reflejo de la vida que existe en el seno de unos ecosistemas fascinantes todavía desconocidos para la mayoría. Quienes tenemos la fortuna de sentir su latido sabemos que hay mucho por conocer y casi todo por descubrir. Por eso vuelvo a escribir que la escuela es mensaje y mensajera a la vez y a insistir en la necesidad de elaborar relatos de centro nítidos y cálidos. Es preciso perseverar para hacer llegar nuestra realidad a la sociedad y hacer algo más que introducir mensajes en botellas que no sabemos qué orillas alcanzarán.

Por: **Juan Antonio Pérez Bello**

FORMACIÓN PROFESIONAL

Un reto para los futuros profesionales del 'marketing'

El CIPFP Los Enlaces y el Colegio Montessori de Zaragoza se alzaron con el primer y tercer puesto del V Marketing Challenge, en el que también participaron centros de otras comunidades autónomas



No hace falta echar la vista demasiado tiempo atrás para comprobar cómo ha cambiado la forma de hacer publicidad en los últimos años: de los anuncios en marquesinas de autobús y periódicos a las redes sociales y el metaverso, pasando por la radio o la televisión. Aunque hoy todos los formatos conviven, la manera de dirigirse al público ha evolucionado notablemente y lo seguirá haciendo en los próximos años.

Para atender a las demandas de un sector tan cambiante, serán necesarios profesionales cualificados y preparados, algo que demostraron, el pasado 3 de febrero, los alumnos que participaron en el Marketing Challenge organizado por el Colegio Montessori de Zaragoza. Esta iniciativa reúne a estudiantes del grado superior de Marketing y Publicidad de toda España y los convierte en un agencia de publicidad por un día.

En esta edición, la quinta, participaron 10 centros educativos: el CIPFP Los Enlaces -que consiguió el primer puesto-; el Colegio Montessori de Zaragoza -en tercera posición-; la Academia Marco; Izquierdo FP; y el IES Bajo Cinca, procedente de Fraga. Además, participaron tres centros de Navarra -el CIP ETI Tudela, CI Maria Ana Sanz y Foro Europeo Escuela de Negocios de Navarra-; el Centro de Estudios AEG Ikastetxea, de San Sebastián; y el CIPFP Virgen de Gracia, de Puerto Llano, Ciudad Real, que se alzó con el segundo puesto.

«Marketing Challenge es una iniciativa que llegó hace varios cursos y sigue creciendo. La quinta edición del concurso ha vuelto a poner una mirada sobre el fomento de la formación profesional, la implicación del tejido empresarial y ha conformado un es-



El equipo del CIPFP Los Enlaces fue el ganador. FOTOS: COLEGIO MONTESSORI



El equipo del colegio Montessori.

pacio de reflexión sobre el papel de la FP en nuestra sociedad», explican desde el colegio.

El concurso

La empresa Fútbol Emotion, colaboradora del certamen, fue la encargada de presentar el reto a los participantes que, en equipos de cinco participantes, y convertidos en una agencia de publicidad, debían realizar una campaña publicitaria para presentar en un evento, con el objetivo de fidelizar clientes.

Así, el salón de actos del Colegio Montessori se convirtió en un

gran espacio creativo, en el que los futuros profesionales del 'marketing' y de experimentados perfiles provenientes de las empresas patrocinadoras que formaban el jurado compartían impresiones y consejos para dar con la campaña idónea.

La cita contó con la colaboración de Santillana, ESIC, Universidad San Jorge, Swift English School, El Rincón, Higienizar, MC Yadra, Embou, Oniad, Garrampa Technologie, Mercury, Deep Delay Events, GIMH y KPMG.

Tras una mañana intensa de trabajo, los diez participantes presen-

taron, en unos siete minutos, sus proyectos, dispuestos a convencer al jurado de por qué su propuesta merecía ser la ganadora. «Solo tres equipos podían clasificarse como ganadores, si bien, según testimonio de los propios participantes, todos se sentían triunfadores tras la explosión de adrenalina que les acompañó durante la jornada, -explican desde el centro-. Los estudiantes intentaban ser los más ingeniosos para sembrar la semilla de futuros lazos laborales con los representantes del mundo empresarial allí presentes».

Por: **N. Tirado**