

UNA APROXIMACION AL CAMPO PROFESIONAL DE LA PUBLICIDAD EN COSTA RICA

*Carlos Sandoval G.**

Nos proponemos discutir algunos indicadores del campo profesional de la publicidad en Costa Rica, los cuales resultan de un proyecto que sobre el tema hemos venido desarrollando¹. Para ello, se seleccionaron las diez agencias de mayor facturación y se intentó recoger algunos datos en torno a algunos indicadores como edad, sexo, experiencia, salario, tipo de actividad en la agencia, grado académico y universidad de procedencia. Se pretendió que todo el personal atendiera la solicitud de información, excepto quienes desempeñan labores administrativas.

Conociendo el recelo de las agencias por este tipo de solicitud, en la mayoría de éstas un miembro del personal hizo circular los formularios, alcanzándose respuestas de nueve de las diez agencias, pues en Mc Cann Erikson, la Directora negó la posibilidad de que los formularios circularan entre el personal, por ello se incorporó la agencia Consumer, de tal modo que se contara con diez agencias. En el grupo Garnier, la consulta no fue exhaustiva.

Pese a estas limitaciones, los datos sistematizados permiten contar con una primera aproximación al campo profesional, documentando algunas de sus características principales y ofreciendo algunas interpretaciones tentativas, las cuales se enriquecieron con las entrevistas que se realizaron a profesionales del campo durante 1995.

* Profesor de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica

¹ *La industria publicitaria en Costa Rica*, realizado con el apoyo del Instituto de Investigaciones Sociales y la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica.

fue la de como asegurar que las decisiones de la administración Figueres en los campos estratégicos se prolonguen por lo menos hasta el año 2005, cuando entre en vigencia el Area de Libre Comercio de las Américas (ALCA). Los campos que concentrarán la atención de ese presupuesto son educación, pensiones, infraestructura y energía y telecomunicaciones. A este respecto, el ministro de Educación, Eduardo Doryan y el de Ambiente y Energía, René Castro, externaron el propósito de presentar proyectos de ley que garanticen la continuidad de las decisiones. En el campo de la educación, el ministro Doryan impulsa el proyecto EDU-2005, que persigue establecer la obligatoriedad de dos años de educación preescolar, extender la enseñanza bilingüe y la informática a toda la educación pública y crear incentivos para los educadores. Con este fin, se efectuaron varios foros nacionales con los maestros para lograr una propuesta que pretende concretarse en uno o dos proyectos de ley. En el área de energía y telecomunicaciones, el ministro Castro aseguró que se presentarán a la Asamblea Legislativa proyectos de ley en procura de agilizar las conversiones y la apertura

