

Sobre campaña LESSONS OF SHAME

Fecha: 15-7-2025

De: Agencia de publicidad Havas Costa Rica

La educación en Costa Rica se encuentra en una situación precaria. Este año 2025 se destinó el porcentaje más bajo del PIB en 25 años, (4.9% contra el 8% establecido en la Constitución Política), afectando en especial a los estudiantes de zonas rurales. Lessons of Shame, pretendía visualizar esta situación y ponerle una cara a la crisis educativa.

Desde enero 2025 concebimos la idea coordinar acciones para exponer ante quienes toman las decisiones sobre el presupuesto de la República (diputados (as) de la Asamblea Legislativa) la preocupación que compartimos sobre el estado de la educación costarricense (el 4.9% del PIB destinado a educación es la cifra más baja en 25 años).

Esta activación ante el plenario legislativo tenía como objetivo llamar la acción a los tomadores de decisión, para que se prioricen las condiciones educativas para la niñez y la adolescencia, indispensables para cumplir sus sueños de aprendizaje y crecimiento.

La Asamblea Legislativa es un espacio físico que pertenece a todos los costarricenses. Así coordinamos logísticamente con Protocolo de la Asamblea Legislativa los respectivos permisos de ingreso a la barra del público y con el apoyo de los diputados a favor de la defensa de la educación pública.

Para esta visita de los estudiantes de colegios de Caña y Upala a la barra del público a la Asamblea Legislativa contamos con la importante participación del diputado Geison Valverde Méndez del Partido Liberación Nacional, quien como educador, amablemente solicitó apoyo de Protocolo de la Asamblea para que los jóvenes pudieran ingresar a la barra de público.

El 4 de marzo de 2025, organizamos junto con World Vision (nuestro cliente) una clase en la barra del público en la Asamblea Legislativa. Llevamos a un grupo de 20 estudiantes a recibir clases en la barra del público con el objetivo de visibilizar la crisis de educación que afecta al país, en especial a las zonas rurales. Así, por primera vez en meses, estos estudiantes, tuvieron clases de manera interrumpida sin los problemas de infraestructura que afectan su educación.

Los y las adolescentes viajaron más 200 km., desde sus comunidades hasta San José, para alzar la voz, como parte de esta iniciativa. En la barra del público del plenario legislativo, recibieron una clase, sobre toma de decisiones, liderazgo y trabajo colaborativo, guiada por especialistas en la materia.

El grupo de colegiales provino de instituciones en las que sufren por falta de profesores y daños en sus aulas, esto afecta su proceso de aprendizaje y el disfrute del curso lectivo.

Durante su espacio de control político (se aporta Acta de la Sesión Legislativa y video de ese día), el diputado Geison Valverde, destacó la presencia de las personas menores de edad. Como educador y representante de la provincia de Limón, el legislador manifestó la importancia de garantizar la inversión en educación de calidad y enfatizó la gran necesidad que hay de infraestructura educativa en zonas alejadas de San José.

Para apoyar esta activación y nuestra campaña Lessons of Shame, nos basamos en los datos financieros del Presupuesto Nacional de la República, el cual sí fue aumentado en ₡32.000 millones de colones por el Poder Legislativo, llegando a un total ₡2.61 billones.

La campaña busca visibilizar la crisis educativa en Costa Rica, especialmente el bajo presupuesto destinado a la educación pública y su impacto en estudiantes de zonas rurales, con el fin de generar conciencia y promover acciones para mejorar la situación.

Lessons of Shame es una campaña legítima, basada en datos oficiales y con el objetivo de generar conciencia y promover acciones para mejorar la educación pública en Costa Rica.

No afirmamos que debido a nuestra campaña aumentamos el presupuesto nacional, utilizamos el aumento aprobado por la Asamblea Legislativa (publicitado en junio, luego de nuestra acción) para visibilizar la crisis educativa que enfrenta el país de la mano de aquellos más afectados.

La publicidad toma libertades creativas en el storytelling de la historia y utilizamos estos hechos para contar una historia, pero tratamos las cifras de la manera más ética y transparente.

Nuestra campaña destaca que el presupuesto fue aumentado por decisión de la Comisión de Hacendarios, hecho que celebramos y motivamos a los legisladores a mantener y seguir defendiendo el derecho a la educación.

Con base en este caso, HAVAS lanza su campaña LESSONS OF SHAME, la cual gana el 16 de junio un Gold Lion y un Silver Brand Experience and Activation Lion en el Cannes Lions International Festival of Creativity.

Lamentablemente la publicidad es un espacio altamente competitivo, por lo que imaginamos que algunas personas del gremio publicitario se han dado a la labor de poner denuncias sin fundamento, y se han comportado de manera poco ética, esparciendo información tergiversada para dañar nuestra reputación.

HAVAS rechaza la desinformación, subrayando nuestro compromiso con la responsabilidad, la transparencia y la ética.