

Francisco Correa

Se confirmó, entró a la U y se casó en menos de cuatro años antes de los 19, dos más tarde fundó MediaGurú. Pasó por las aulas de UCR, INCAE y UNED y no ha dejado de asistir como profesor de Estrategia de medios desde 1988. Pocos estudiantes se especializan en este campo; los otros - años más tarde- encuentran la solución a los problemas cotidianos de medios mientras duermen.

Después de la caída del muro de Berlín, decidió escribir sobre temas especializados en publicidad y comunicación en Actualidad Económica, Rumbo, El Financiero, La Nación, Advertiging Age, y otros de menor reconocimiento. Atiende preguntas e intercambia respuestas sobre temas de publicidad, medios, cine y las industrias del entretenimiento en su blog in-ad-vertido.com y las redes sociales.

Asistió en temas de investigación de publicidad a OMD, CaMedia, McCann, JWT, Tribu, Jotabequ, Grupo Garnier, Avance, HWP, Grupo Nación, Teletica, Repretel, Ratensa, Carlos Cuadra Cardenal, WARC, Lintas, BNCR, CCSS, 94,7, Grupo Columbia, CRC y decenas más por décadas en toda Centroamérica. Es representante de Comunidad en la Comisión para la aprobación de la publicidad de Bebidas Alcohólicas del Ministerio de Salud y fue fiscal de Volcanes y EFFIES de 2013 a 2019. Ha participado en el desarrollo de estrategias de comunicación política y estrategia de medios e internet para campañas presidenciales desde 2013.

Fue jurado en certámenes desconocidos, excepto cuando fue Director-Asistente del FIAP en 1986 y nunca más se realizó otra premiación fuera de Buenos Aires. Se dice creativo en el desarrollo de sistemas de información, estrategia de medio, análisis de industria, en el plano literario, artístico y en la producción audiovisual donde triunfa, fracasa y reintenta de manera alterna. Su libro Alguien Singular, se regaló como pan caliente. Se espera que su primera novela Victoria, Siempre, también.

Se dice ser investigador y ha coordinado personalmente los Estudios de Salarios, Tarifas, Fees e Industrias de las agencias de comunicaciones desde el 2003 a la fecha. Innovó con su estudio de Industria y márgenes de negociación de 1999 a 2012 y ahora incursionó investigando las audiencias en el mercado nicaragüense y ha preparado 23 estudios trimestrales desde el 2013 y 5 estudios nacionales; entre otras investigaciones de menor relevancia.

El Colegio de Periodistas le concedió la Medalla José María Castro Madriz por su aporte a la industria mediática; Beckham tiene otra medalla más distinguida.