

ACTA DE LA SESION No. 09-12  
DEL CONSEJO NACIONAL DE RECTORES (CONARE)

Acta de la Sesión N° 09-12 celebrada el veinticuatro de abril del dos mil doce, en el Edificio “Dr. Franklin Chang Díaz”. La sesión se inicia a las quince horas y treinta minutos, con la asistencia de: M.Ed. Francisco González Alvarado, Rector a.i. de la Universidad Nacional, quien preside; Dr. Ramiro Barrantes Mesén, Rector a.i. de la Universidad de Costa Rica; Dr. Julio César Calvo Alvarado, Rector del Instituto Tecnológico de Costa Rica; Mag. Luis Guillermo Carpio Malvasi, Rector de la Universidad Estatal a Distancia, y M.Sc. José Andrés Masís Bermúdez, Director de la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES). Asiste como invitado especial el Lic. Gastón Baudrit Ruiz, Asesor Legal del CONARE.

**Artículo 1.** Audiencia  
Comisión de Directoras y Directores de Prensa.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ da la bienvenida a los miembros de la Comisión de Directoras y Directores de Prensa: señoras Maribel Quirós, Directora de Comunicación de la UNA, actualmente Coordinadora de la Comisión del CONARE; Gabriela Ortega, Jefe de la Oficina de Mercadeo y Comunicación de la UNED; señores Johnny Gómez, funcionario de la Oficina de Comunicación y Mercadeo del ITCR, asiste en representación de la señora Carla Garita, Directora de esa Oficina y Luis Fernando Fallas del Departamento de Audiovisuales de la UNED.

Le cede la palabra a la señora Maribel Quirós, quien iniciará la presentación sobre el Plan de Trabajo de la Comisión para el año 2012 y subsiguientes.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS agradece la audiencia y presenta excusas de parte de la Directora de la Oficina de Divulgación e Información de la Universidad de Costa Rica, no puede estar presente en la presente reunión por una situación imprevista.

La señora Quirós explica que la presentación la van a hacer entre todos y en varias partes, la primera de ellas será en torno al Plan de Comunicación 2012 que contiene algunas recomendaciones importantes. Después van a referirse a una propuesta que está en el Plan de Comunicación que se dio cuando ella asumió la representación del CONARE ante el Sistema Nacional de Radio y Televisión. De varias partes recibieron solicitudes para recuperar un proyecto conjunto que se venía discutiendo desde un tiempo atrás. Además, van a referirse al tema de la campaña que se preparó el año pasado, cuando la coordinación la tenía el Instituto Tecnológico, para medios de comunicación, tema que requiere el aval del CONARE.

El Plan de Comunicación del 2012 de la Comisión de Comunicación del CONARE se reactivó en julio del 2004. Inicialmente era una Subcomisión de Divulgación que se había nombrado con el fin de apoyar las labores de comunicación de la Comisión de Extensión e Investigación del CONARE, la cual actualmente responde a este Consejo. Está conformada por las direcciones de comunicación y divulgación de cada una de las universidades estatales y un representante de la División de Coordinación OPES-CONARE. Coordinan directamente con don José Andrés Masís.

Retomaron varias acciones, una de ellas es el plan estratégico de comunicación que fue elaborado en el 2004. Se propone un sistema de comunicación universitaria estatal cuyas acciones serían dirigidas por la Unidad de Comunicación del CONARE si se conformara en algún momento. Es un plan que lo incluyen todos los años, pues confían que algún día el sueño se les

haga una realidad.

Dentro de las acciones programadas para este año decidieron establecer una Red de Comunicación CONARE compuesta por periodistas de diferentes medios de comunicación, universitarios y nacionales, tanto regionales como alternativos. Los datos serían suministrados por cada una de las oficinas de prensa de sus contactos para constituir una única lista que se maneje tanto a nivel de CONARE como de las diferentes oficinas de comunicación.

Se proponen mantener la divulgación del quehacer social de las universidades públicas. Durante varios años han tenido la política de divulgar el quehacer de las universidades estatales mediante boletines de prensa que enviarían a los medios aproximadamente dos veces al mes. Elaboraron un cronograma en el cual cada Universidad tendría una participación según el orden establecido en CONARE, de manera que cada dos semanas la prensa pueda recibir información sobre proyectos de investigación, extensión, docencia y otros que se considere estratégicos y que se estén desarrollando dentro del marco del CONARE.

Dicho material será enviado por cada oficina de prensa o divulgación, se editará por parte de la coordinación de la Comisión de Directoras de Prensa, se enviará luego a los medios de divulgación vía digital y en algunos casos vía fax. La idea es tener dos boletines de prensa por Universidad al año, lo cual no incluye los boletines que se vayan dando propios del quehacer del CONARE, las conferencias de prensa que se están programando y otras actividades que se den durante el año.

Fortalecer la rendición de cuentas mediante conferencias de prensa, ellos siempre han sugerido que el CONARE tenga por lo menos dos al año, en las que se rinda cuentas del quehacer de la universidad pública, tanto en los temas propios como otros que este órgano considere estratégicos para divulgar. El CONARE tiene excelente capacidad de convocatoria, todas las veces que se ha convocado han contado con muy buena asistencia.

Fortalecer también las acciones de divulgación, se proponen realizar dos giras de prensa al año o más si fuera posible. Consideran muy importante que la prensa conozca el quehacer de la universidad pública en el sitio en que ocurran los acontecimientos, pues no es lo mismo conocer resultados en PowerPoint que verlos en el propio lugar y con quienes los protagonizan, los investigadores y la población que recibe el beneficio.

Ellos van a ser capaces de recopilar material producto de los boletines que querrían aprovecharlo de otra manera. Han pensado que ese material puede servir de base para la producción de un boletín informativo sobre el quehacer universitario que podría sacarse en noviembre. Inicialmente podría elaborarse de manera digital para colocarlo en la web de CONARE, pensar en una edición impresa si existiera disponibilidad presupuestaria para hacerla y distribuirlo con base en una lista que se definiría con este Consejo. La idea es que sea un boletín sencillo, pero atractivo y que tenga la información estratégica que van a ir produciendo durante el semestre.

Existe interés en retomar el tema de las campañas de divulgación, semestrales o anuales, dependiendo de la disponibilidad presupuestaria, para divulgar el quehacer universitario en diferentes formatos.

El señor Johnny Gómez, quien viene en representación de la señora Carla Garita, les explicará cómo se elaboró la campaña, cuáles fueron los resultados, cuáles son las expectativas que tienen en este momento y cuál sería el siguiente paso.

EL SEÑOR JOHNNY GÓMEZ manifiesta que la campaña comprende dos tipos de medios, prensa escrita, una sobre la parte de investigación y otra sobre vida estudiantil. Las otras son cinco cuñas de radio de las cuales hace una presentación.

Además, el plan de medios, tanto para las cuñas como para la parte escrita, que estarían contemplando dos grupos: el programa Panorama con cuñas diarias durante tres meses y el otro grupo de emisoras: Monumental, Radio EXA y Radio Best, durante tres meses, treinta segundos, todos los días. La parte escrita en la Revista Dominical del periódico La Nación.

En vista del atraso que ha habido en cuanto a la aprobación de dichas cuñas, se hizo el presupuesto con una facturación con respecto al año anterior. Estos datos deben actualizarse porque los medios subieron los costos, lo cual debe considerarse dentro de los trece millones que tenían contemplados.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS continúa diciendo que también ellos consideran importante que debe fortalecerse la presencia en Internet y redes sociales y se han propuesto valorar la posibilidad de mejorar la página web de CONARE, rediseñarla y que eso les permita colocar la información que luego podrían divulgar en las redes sociales. Si bien no pueden tener una red social solamente para el CONARE, podrían reproducir la información en las redes sociales que cada una de las universidades tiene en funcionamiento.

Además apoyar al CONARE en un proceso de rediseño de su página y colocar varios conjuntos en las páginas web de las universidades públicas, así como valorar la posibilidad de que en otras instituciones amigas les puedan reproducir la información.

También fortalecer la presencia de temas de análisis nacionales, organizar actividades conjuntas con instituciones aliadas sobre temas de actualidad nacional por medio de actividades como foros, debates, mesas redondas y otros.

Durante el año 2011, cuando ella asumió la representación del CONARE ante el Consejo Directivo del SINART, recibió varias solicitudes, también de OPES, en el sentido de valorar la posibilidad de retomar el espacio de televisión de CONARE que se denominaba "Universidad y Sociedad", espacio utilizado durante mucho tiempo y que se había perdido. Lo consideran importante especialmente después de conocer los resultados de la encuesta que el CONAE realizó hace dos años, cuyo resultado fue que la gente continúa considerando la televisión como uno de los medios mediante los cuales se informa sobre el quehacer de las universidades públicas.

La idea es retomar una producción conjunta entre las universidades estatales, un espacio de treinta minutos, por lo menos, para divulgar de una manera ágil, innovadora y atractiva, los resultados del quehacer de la universidad pública. Estuvieron trabajando el proyecto, conversaron con el Consejo Ejecutivo del SINART, con su Director, don Rodrigo Arias Camacho, ex Rector de la UNED, también con don José Andrés Masís y con el Director de Audiovisuales de la UNED.

Después de un proceso de trabajo lograron una propuesta final que es bastante innovadora, muy creativa, muy dinámica y también bastante ambiciosa. Consideran importante que los rectores y las rectoras la conozcan, para que la consideren este año si fuera posible, o bien, posteriormente. Vale la pena que en un momento determinado las universidades públicas hagan un esfuerzo con el SINART, para la producción en ese espacio que les puede ayudar a posesionarse más en la

sociedad costarricense. El Director de la unidad de Audiovisuales de la UNED les ayudó en la propuesta que vienen trabajando desde el año pasado.

EL SR. LUIS FERNANDO FALLAS presenta la propuesta del proyecto “Tele Revista Informativa: Universidad y Sociedad”. Manifiesta que consideraron conveniente mantener el nombre, sobre todo para orientar en el sentido de que no es un proyecto nuevo, sino que es un esfuerzo de comunicación que ha existido, que desean renovar y relanzar para una mejor utilidad de las cuatro universidades públicas. Los proponentes que serían quienes estarían involucrados en el proceso de producción, son el SINART, CONARE que tendría que otorgar algunos recursos y la Comisión de Comunicación que es la que ha gestado y en particular ellos de Audiovisuales de la UNED que entran en la parte final del proyecto.

Los responsables por institución son: don Rodrigo Arias por parte del SINART; don José Andrés Masís del CONARE; la Directora de la Oficina de Divulgación e Información de la UCR; la señora Carla Garita del ITCR; la señora Maribel Quirós de la UNA; la señora Gabriela Ortega y él como coordinador audiovisual por parte de la UNED.

El objetivo general del proyecto se plantea en términos de “divulgar el quehacer de las universidades públicas.” Sin embargo, es importante tomar en cuenta que una vez que entren al detalle de cuál va a ser ese esquema del programa y quién va a dirigir los primeros programas, pueden ver que esa divulgación pasa de poner en común lo que hacen, a lograr una vinculación con las personas con que se relaciona cada Universidad y con otros que aunque no se relacionen pueden tener empatía con los diferentes proyectos que las cuatro universidades públicas desarrollan.

Entonces, el primer objetivo de los seis específicos, aunque hay más, es que la revista sea de media hora semanal lo cual los lleva a tener una presencia continuada de los medios. Cuentan con el Canal 13 para su trasmisión y el Canal 15 para que lo repita. O sea, no dependen de un solo horario, sino por lo menos dos diferentes franjas disponibles semanalmente. Y, por supuesto, con el manejo de Internet y de las redes sociales a la hora que se pueda poner en los sitios tanto del CONARE como de audiovisuales de la UNED y de cada una de las universidades. El material está disponible de manera inmediata para quien lo quiera ver.

El segundo objetivo es mostrarle a la gente que las universidades funcionan más allá del campus, que tienen programas de extensión, de vinculación, que están en las comunidades. Que no realizan solamente labor académica interna, sino que hay una gran labor externa y que los profesionales que se gradúan constantemente también realizan labores para el país, las cuales no son divulgadas por los diferentes medios de comunicación.

El tercer objetivo es ofrecer un espacio de apoyo, rendición de cuentas porque justamente cuando la gente no tiene que llegar a buscar qué es lo que hace la Universidad, sino que constantemente tiene conocimiento de qué están haciendo, hay un proceso frontal abierto respecto de cómo es que se están invirtiendo los fondos públicos. Es algo que se vería por medio de ese programa que estaría reflejando los diferentes proyectos universitarios.

El cuarto objetivo es el fortalecimiento de la vinculación Universidad-Sociedad, aparte de que este espacio también se presta para el análisis de temas que pueden tener un interés común.

El quinto es posicionar a las universidades una vez que sus especialistas sean entrevistados, que sus carreras sean puestas en común para que potenciales estudiantes las conozcan y el nombre

de las universidades estará más presente en el imaginario colectivo.

El sexto objetivo es divulgar la oferta académica, último punto al que van a llegar. La idea es que el material no solo hable de las investigaciones, del punto de vista de las universidades sobre la realidad nacional, sino que además sirve como un espacio para decirle a los potenciales estudiantes cuáles son las carreras que se ofrecen, cuál es el espacio profesional en el que se pueden desarrollar y en esa forma captarlos, enamorarlos de ese espacio en el que van a pasar cinco o seis años según sea la especialidad.

La meta es transmitir un total de 24 ediciones de la Tele Revista Universidad y Sociedad porque la propuesta de trabajo es por temporadas y cada temporada es de seis meses. Y se haría dos veces al año.

Los indicadores de la gestión estarían relacionados con el número de televistas producidas y hacer una evaluación de la forma en que son recibidas y saber qué impacto tienen en la comunidad. La duración del proyecto en su primera etapa sería de un año, luego se haría una revisión, para saber qué se mantendría y que sería necesario replantear.

La idea es entrar en los medios de comunicación y tratar de generar un impacto que abra un nuevo espacio de comunicación porque un elemento importante de este programa es que no está dirigido a un público adulto, tampoco a estudiantes vinculados con las universidades, sino a adolescentes, entre quince y diecinueve años. Etapa en que se da la escogencia vocacional, en que se da un cambio entre el proceso dirigido de la escuela y el colegio a otro más abierto, de reflexión.

Brindar esos elementos para que esta población que son los estudiantes potenciales en el corto plazo, encuentren por qué es importante vincularse a la universidad pública, por qué son importantes los Estudios Generales, por qué es importante esa formación humanista que se ofrece y no simplemente la obtención de un título. Es decir, cuál es ese valor agregado de recibir una educación universitaria.

Los recursos que requieren son un realizador, tres productores, materiales de trabajo, los servicios de apoyo con base en el presupuesto y la forma en que se va a desglosar. Un productor con una categoría de Profesional 2, una jornada de tiempo completo, ocho meses de trabajo. En forma adicional se necesitarían tres periodistas, o dos productores y un periodista o dos periodistas y un productor, también durante ocho meses.

El CONARE tendría que aportar cerca de 26 millones de colones y la contrapartida, en este caso la UNED, sería la identidad musical del programa. Luego vienen los costos en contrataciones, se hacen por salidas, no son tiempos completos, cada una de las sesiones de trabajo. Serían 96 salidas con el camarógrafo porque son 24 programas con tres productores, cada uno de estos tiene que producir un segmento por programa y la idea es cubrir regiones donde van las universidades, por lo que van a tener una vez a la semana una gira de dos días fuera del Valle Central. De manera que los 24 programas se convierten en 96 salidas de grabación.

Todas las sesiones de trabajo tendrán un maquillista, son 36, la UNED pondría los costos del estudio de radio, la sala de edición, el kit de cámaras. Las 24 grabaciones del programa en el estudio sería el aporte del SINART y ellos tendrán que decir cuál es el costo, la parte que estarían cubriendo, y la emisión, igual que Canal 15 que tendría también emisión. El costo para el CONARE de esta parte serían 7 millones de colones y la contrapartida de la UNED se acerca a

esa suma, más la contrapartida de Canal 13 que tomando en cuenta todos los elementos de la grabación se podría acercar a unos 14 millones de colones, costo de las 24 grabaciones.

Luego están los costos correspondientes a la escenografía, una computadora para proyección. Otros costos que tendrían que ser cubiertos por el CONARE, ver de qué manera se da el servicio de transporte a los tres equipos de producción y los viáticos respectivos. Y también está lo de la UNED.

No quieren dejar ante el CONARE ningún gasto oculto, el paquete de gastos es completo y por eso incluyen los viáticos y los gastos por transporte. La idea es visualizar el alcance del proyecto para que se pueda juzgar adecuadamente si se toma o no. El costo total para el CONARE sería de casi ₡45 millones, la contrapartida de la UNED casi los ₡10 millones y un costo del programa de ₡54 millones. Cada capítulo cuesta alrededor de los 2 millones 300 mil colones por año.

El público meta del proyecto son hombres y mujeres entre 15 y 25 años interesados en conocer el quehacer de la Universidad. Habrá padres interesados en conocer las carreras que hay para sus hijos, o personas interesadas en continuar su formación. Serían 24 ediciones por semestre, 30 minutos por cada emisión, una transmisión estelar en Canal 13 y Canal 15 y los otros medios que también la tendrán.

Cada Universidad presenta lo que tiene en la semana, cuáles charlas son de interés, actividades culturales, un reportaje una vez al mes sobre un tema de interés de cada Universidad cuyo contenido logren transmitirlo al público meta. Un segundo bloque de noticias breves y un tercer bloque de noticias también. La semblanza de una carrera, una por Universidad al mes. Dar una idea a un posible estudiante sobre los papeles que tendría que cumplir e igualmente la agenda, la despedida y los créditos por programa.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS manifiesta que la idea de la propuesta es que la puedan considerar ahora o el año entrante. Es un espacio importante que desean recuperar y poder ofrecerle a la sociedad costarricense información sobre el quehacer de la universidad pública, sin depender de la pauta publicitaria o de la agenda editorial de los medios tradicionales de comunicación.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ agradece la información y abre el espacio para comentarios.

EL MAG. LUIS GUILLERMO CARPIO también les agradece y agrega que hay varios aspectos por considerar, al programa le parece que deben darle prioridad porque es una carencia que han tenido las universidades por lo que no han podido transmitir su quehacer. El próximo lunes habrá una Conferencia de Prensa y están preparando otra en relación con lo del Banco Mundial. Esas dos conferencias tan seguidas les dejaría un espacio abierto para no salir con otra por un buen tiempo, para no cansar.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS indica que el plan de trabajo de ellos siempre es con presupuestos de operación propios y la partida del CONARE se utiliza más que todo para pauta y para campaña. Pero no quisieron dejar de lado la posibilidad de hacer la propuesta para que la consideren porque piensan que es el momento propicio porque hay tres partes directamente interesadas y comprometidas con el proyecto. Tienen un buen equipo como es el de Audiovisuales de la UNED.

Es muy importante que desde el inicio ha existido interés de las tres partes para recuperar el espacio, don Rodrigo Arias del SINART, el CONARE y Audiovisuales de la UNED que participó

en las últimas temporadas de Universidad y Sociedad. La idea es recuperar los intereses y los esfuerzos y hacer un planteamiento del espacio según las nuevas necesidades y con base en la encuesta del CONARE que hizo UNIMER. También el SINART hizo su propia encuesta con Borge y Asociados y la gente manifestó interés en los temas académicos, de investigación, de ciencia y tecnología.

Sabe que es un asunto presupuestario de cuidado, pero si no lo pueden ejecutar este año que tengan la certeza de que el proyecto está listo para arrancar este o el año entrante. O sea, arrancan en el momento en que el CONARE se los indique.

EL DR. JULIO CÉSAR CALVO pregunta si se trata de un presupuesto adicional al que tienen.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS responde que para Universidad y Sociedad había un presupuesto aparte del correspondiente a Comunicación. Esta es una propuesta nueva, no han querido todavía sacrificar nada, para presentarle al CONARE el proyecto original, en el cual tienen la meta. Saben que dependen de la disponibilidad presupuestaria, pero lo importante es que sepan que el espacio existe en el papel y que los socios están dispuestos a retomarlo en el momento en que sea posible.

EL MAG. LUIS GUILLERMO CARPIO pregunta cuándo estiman que deberían dar inicio todas estas iniciativas.

EL SR. LUIS FRNANDO FALLAS responde que ya todo está listo, están esperando la aprobación del presupuesto requerido, el cual es de ¢55 millones aproximadamente.

EL M.SC. JOSE ANDRÉS MASÍS manifiesta que es importante la disponibilidad que haya de recursos y sobre todo el interés del CONARE para comprometerse a largo plazo con el proyecto. No se trata de hacerlo un año y luego discontinuarlo porque eso trabajaría en contra.

Le parece que el tema podría incluirse en una agenda próxima y si al CONARE le interesa el programa y si le parece que puede comprometerse a un plazo indefinido, por lo menos por un número de años previsibles, se podría considerar cuánto se le podría destinar este año. Sería conveniente, en caso de que haya interés, que arrancara este año, aunque sea durante un tercio del año, pero que arranque. Los costos son anuales, pero podría pensarse en un tercio que serían como ¢18 millones y así, haciendo el mayor esfuerzo, el programa arrancaría este año y ya se generaría un público.

Entiende que el recurso lo administraría la UNED, sería ver con qué presupuesto cuentan y pasárselo a la UNED para que lo maneje en la forma establecida. Es mejor que haya una sola administración.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS aclara que el proyecto no solo involucra la coordinación editorial de la Comisión en coordinación con ellos, sino que también incluirá algunas actividades de capacitación que los profesionales de la UNED les van a dar a los profesionales de las universidades porque aunque algunas oficinas tienen recurso audiovisual lo que les ha permitido incursionar en el tema, pero hay otras no. Consideran importante irse capacitando para que todos se empoderen de un nivel parecido en la producción de diferentes espacios.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ cree que el esfuerzo más innovador está en el programa y comparte que debería ser una de las estrategias a la que se le podría otorgar alguna prioridad y

también que pudiesen manejar la mitad de las 24 sesiones, o sea 12, lo cual permitiría ajustar el presupuesto por lo menos para este año.

Sin embargo, sin ser especialista en medios de comunicación, le parece importante tener la claridad de que se deben combinar los intereses de una población meta diversa. El programa tendría que reconocer que la gente que lo ve es variada, pero deben posesionarse esos dos grandes segmentos que están ahí con mucha claridad. Y discutir qué les interesa en cuanto a posesionar al CONARE. Si fortalecer el tema de la matrícula implicaría tener un énfasis en una población proveniente de los colegios, o posesionar el aporte a la comunidad nacional, o los dos. O sea, la importancia de mantener la pertinencia de reconocer que es bien amplio el abanico de las poblaciones.

Y romper de alguna manera eso de que todos los programas universitarios son aburridos. Es penoso desde el punto de vista de la población, pero es una realidad que existe en algunos sectores. Son retos que deben enfrentar con un programa novedoso como el que presentan.

Reconocer que el programa está orientado hacia la población estudiantil, hacia los padres de familia que deben pensar dónde van a estudiar sus hijos, qué carreras, etcétera. Pero no olvidar a los sectores productivos, el programa de alguna manera tiene que indicarle al empresario – aunque están claros que ese no es el objetivo central, pero no debe estar de lado-, que las universidades están apoyando mediante alianzas estratégicas este tipo de iniciativas.

Ayer estuvo en Liberia en la inauguración de una actividad del doctorado conjunto en Ciencias Naturales y hubo una exposición de un compañero científico del Instituto Tecnológico de Costa Rica sobre investigaciones en energía fundamentada en plasma. Una buena parte de su disertación giró en torno a la importancia de que los sectores productivos, en concreto la Dos Pinos, podía apoyar con recursos frescos la investigación en el desarrollo de una energía urgente que se pueda utilizar para el manejo de desechos de todos los productos lácteos. Eso significa vincularse con el sector productivo.

Con respecto a las cuñas, cree que la número 5, a diferencia de las otras, es el estilo que deben tener bien claro porque a veces utilizan un lenguaje muy propio de la comunidad académica. De lo que se trata es de tener vinculación amplia con la sociedad y que se vea representada y no generar otro discurso académico. La otra cuña de pensar en el desarrollo humano sostenible le parece que es estrictamente académica que no le dice mucho a otros públicos.

Es necesaria esa valoración conceptual porque hay que tomar en cuenta que varios escritores le hacen una crítica fortísima al trabajo universitario, fundamentalmente centrado en que desde la universidad creen que hacen el conocimiento científico, muy en desapego de los saberes populares.

Y sería importante articular algunas de las cosas que ya hacen, por ejemplo, todas las publicaciones del domingo, salen separadas. Por qué no pensar en generar un documento o al menos que aparezca posicionada en un solo lugar la información. Y también pensar en una actividad de impacto nacional en un momento determinado del año. Sería bien importante pensar en una publicación masiva de una página, pero no en La Nación porque si valoran cuánto de esas publicaciones contribuye para llevar gente a la universidad, piensa que no es mucho.

Hace referencia a una experiencia que tuvieron el año pasado, una edición especial de difusión para jóvenes sobre matrícula igual a una dominical, dieciséis páginas, el mismo formato, color,

por un millón cuatrocientos mil colones. Piensa que cien mil no valdría más de ¢4 millones porque en cuanto mayor número, más barato. Podría pensarse en un documento así una vez al año.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS explica que en este momento ellos están en un cambio de paradigma. Los cambios que no se dan de inmediato porque tienen que ver con los cambios generacionales. Cualquier iniciativa de comunicación que se haga tiene que ser en multimedia y considerar los públicos. Una cosa es la divulgación y otra es la imagen, están relacionadas, pero tienen objetivos distintos. En este momento muchas de las comunicaciones que se hacen, si no son de carácter masivo, están determinadas por el público al que se quiere llegar.

Hay múltiples opciones que pueden explorar en vista de que la televisión, aunque es el medio por excelencia en este momento, según muchas encuestas, es muy caro. Ese otro tipo de iniciativas las podrían hacer cada seis meses, cada año, pero lo importante es tener presencia, esta necesita un enlace que es la web de CONARE donde tendrían que ir anclando las demás iniciativas.

Paralelamente el interés es recuperar este otro espacio televisivo que el CONARE lo tenía bastante posicionado y ojalá sea la semilla para generar muchos espacios más de co-producción. En cuanto a los públicos, hay uno meta, pero otros serían bien recibidos y es ahí donde puede ajustarse un formato. El SINART está interesado en iniciar un proceso permanente en ese sentido con las universidades estatales. Y es su obligación decirles como representante del CONARE ante el SINART, que las universidades privadas también están trabajando en ese sentido.

LA SRA. GABRIELA ORTEGA refuerza lo anterior indicando que la presencia a nivel televisivo es insustituible. El hecho de que se haya definido un mercado primario de jóvenes, hace mucho más dinámico el programa. La idea no es excluir otro tipo de público, sino que lo haga más dinámico y menos aburrido como se señaló.

EL SR. JOHNNY GÓMEZ expresa que necesitan la campaña del CONARE porque es un esfuerzo que ayuda a generar esa imagen conjunta de las universidades públicas. Necesitan el aval para poder llevarla a cabo.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ comenta que las empresas invierten una gran cantidad de dinero en publicidad porque si no descienden enormemente sus ventas. No se imaginaba él que la Coca Cola, por ejemplo, tuviese que invertir un porcentaje superior al 30 por ciento por ese motivo.

LA SRA. MARIBEL QUIRÓS comenta que les llama la atención que por la cantidad de información que la gente recibe actualmente y a la que tiene acceso por su propia voluntad -pues son múltiples las fuentes de información-, el tema de las marcas se está poniendo en entredicho. La gente ya no confía tanto en las marcas, según varias encuestas en países industrializados, confía más en la comunicación personal, en un 70 u 80 por ciento. Es importante tomar eso en cuenta para la publicidad, que sea gente corriente la que diga las cosas, de manera que el público sienta afinidad con el mensaje que en este caso serían las universidades públicas de Costa Rica.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ da las gracias a los señores y señoras de la prensa por tan valioso esfuerzo. Indica que es un tema importantísimo de agenda, van a analizar lo referente a la solicitud de los recursos y les avisarán posteriormente lo que resuelva el CONARE.

*\*\*\*Se retiran las señoras y señores de prensa de las cuatro universidades.\*\*\**

SE ACUERDA EN FIRME autorizar el presupuesto por un monto de 14 millones de colones para la Campaña de Divulgación de las Universidades Públicas en radio y prensa escrita, propuesta por la Comisión de Directoras de Comunicación.

**Artículo 2.** Financiamiento y presupuesto

- a. Borrador del oficio CNR-207 preparado por don José Andrés Masís respecto a la reunión que tuvo el CONARE con la señora Sub Contralora General.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ indica que se trata de un agradecimiento por la audiencia concedida y un resumen de los acuerdos a que se llegó en la reunión con la Sub Contralora.

SE APRUEBA el contenido de la nota y se autoriza su envío a la Contraloría General de la República:

24 de abril, 2012  
CNR-207-12

Licenciada  
Marta Acosta Zúñiga  
Subcontralora  
Contraloría General de la República

*Ref: Acuerdo del CONARE.*

Estimada señora:

El Consejo Nacional de Rectores (CONARE) acordó expresarle su agradecimiento por la audiencia que les concediera el pasado miércoles 18 de abril y por la apertura mostrada durante la visita para considerar los planteamientos externados por los miembros del Consejo en torno a la resolución sobre el recurso de apelación en subsidio (oficio No. 3115 DC-0092) del informe No. DFOE-SOC-IF-14-2011 emitido por el Área de Servicios Sociales, y con relación al oficio No. 02670, enviado al CONARE por la licenciada Marjorie Gómez Chaves, Gerente del Área de Seguimiento de Disposiciones de la División de Fiscalización y Operativa del Ente Contralor.

Al agradecerle su estimable atención y la de los funcionarios de la Contraloría General que le acompañaran en esa ocasión, este Consejo desea reiterarle su compromiso para darle el seguimiento debido y la atención a los puntos que fueran convenidos en la reunión y los cuales se resumen a continuación:

1. El CONARE propondrá a la Contraloría General un plan de trabajo que contenga acciones y fechas para atender las disposiciones emitidas en el informe DFOE-SOC-14-2011 con las cuales existe concordancia. Como se señaló durante la reunión, varias de estas disposiciones se refieren a acciones que ya ha venido desarrollando el CONARE en el marco de trabajo de la Comisión de Directores de Planificación en seguimiento del PLANES 2011-2015.
2. El CONARE presentará propuestas alternativas de mecanismos para el caso de otras disposiciones del Informe citado con las cuales se concuerda en cuanto al objetivo de mejoramiento que se persigue pero se difiere en relación a los medios señalados para su consecución.

3. Para el caso de disposiciones con las que subsistan discrepancias, se abrirán espacios de diálogo para que representantes del CONARE y de las universidades que le conforman junto con representantes de la Contraloría General, analicen en forma amplia los diferentes puntos de vista con miras a la búsqueda y definición de soluciones mutuamente satisfactorias.

Al comunicarle lo anterior, me suscribo, de usted, con toda consideración,

José Andrés Masís Bermúdez  
Director de OPES

lyc

c: Consejo Nacional de Rectores  
Licda. Marjorie Gómez Chaves

- b. Copia del oficio CNR-203-12 enviado a la División de Fiscalización Operativa y Evaluativa en respuesta al oficio relativo a la Aclaración sobre la fecha de cumplimiento de las disposiciones giradas al CONARE en el informe DFOE-SOC-14-2011 y solicitud de información.

SE TOMA NOTA.

**Artículo 3.** Aprobación de actas

En discusión el acta de la Sesión N° 07-12 celebrada el 20 de marzo del 2012.

SE ACUERDA EN FIRME aprobar el acta de la Sesión N° 07-12 del Consejo Nacional de Rectores, celebrada el 20 de marzo del 2012.

**Artículo 4.** Programas y Comisiones

Correo electrónico de fecha 22 de marzo de la Comisión de Directoras de Comunicación. Adjuntan minuta y documentos de la sesión del 16 de abril de 2012.

SE TOMA NOTA.

**Artículo 5.** Varios.

- a. Encuesta salarial.

EL DR. JULIO CÉSAR CALVO se refirió a una solicitud que le hicieron de Recursos Humanos sobre un asunto salarial.

EL M.SC. JOSÉ ANDRÉS MASÍS aclaró que se trataba de una Encuesta Salarial, estudio muy importante hecho con recursos aportados por el CONARE a la Comisión de Recursos Humanos. Solicita que le den prioridad a este tema que es de gran importancia para las cuatro universidades.

SE ACUERDA EN FIRME coordinar una audiencia con la Comisión de Recursos Humanos de CONARE para la próxima sesión.

- b. Reunión de Consejos Universitarios e Institucional.

EL M.ED. FRANCISCO GONZÁLEZ manifiesta que doña Sandra le habló sobre la importancia de insistir en que se activen las comisiones de los Consejos Universitarios.

EL DR. JULIO CÉSAR CALVO expresó que ese era un punto de agenda de la reflexión que hicieron, recapitular lo que se dijo, qué es lo que van a hacer.

EL M.SC. JOSÉ ANDRÉS MASÍS aclara que esas comisiones las formaron los Consejos Universitarios y ellos iban a darse su propia coordinación. Al parecer, por lo que indicaron en la reunión de consejos, con excepción de la de autonomía, no se han vuelto a reunir. Algunos miembros le hablaron de la importancia de que eso se institucionalizara bajo la cobija del CONARE para que se promuevan esas coordinaciones, pero se lo dijeron separadamente. Le parece que sería bueno que si los consejos creen eso, le pidan al CONARE que actúe de esa manera.

DON RAMIRO BARRANTES sugirió que las agendas de esas reuniones fueran más concretas porque a veces lo que se percibe es el interés de algunos oradores de escucharse un rato.

DON JOSÉ ANDRÉS MASÍS opina que las participaciones fueron pausadas, concretas y bastante concordantes, a pesar de que potencialmente los temas podrían haber sido muy conflictivos.

A las diecisiete horas y treinta minutos se levanta la sesión.