

## **CONTENIDO GACETA No. 06-2007**

### **CONTENIDO**

#### **DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL O MODIFICACIONES**

SCU-471-2007           Objetivos y políticas institucionales de comunicación de la Universidad Nacional

#### **ACUERDOS GENERALES - CONSEJO UNIVERSITARIO**

SCU-410-2007           Pronunciamiento del Consejo Universitario sobre el Proyecto “Código de Ética del Funcionario Público Costarricense”.

SCU-425-2007           Felicitaciones a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a la organización y desarrollo exitoso de la UNA-EXPO 2007.

SCU-456-2007           Nombramiento de la M.Ed. Myrna Patterson Williams como miembro titular en el Tribunal Electoral Universitario.

SCU-457-2007           Criterio del Consejo Universitario sobre proyecto “Ley para hacer efectiva la educación estatal a distancia a través de medios de comunicación y televisiva y radiofónica.

SCU-458-2007           Pronunciamiento del Consejo Universitario sobre el Proyecto de Ley de “Fortalecimiento de la mejora regulatoria y la simplificación de trámites”.

SCU-466-2007           Modificaciones a las funciones del puesto de Delegado Institucional en la Sede Región Brunca.

## **DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL O MODIFICACIONES**

### **I. 30 de marzo del 2007 SCU-471-2007**

ARTÍCULO VII, INCISO ÚNICO, de la sesión ordinaria celebrada el 29 de marzo del 2007, acta No. 2832, que dice:

#### **RESULTANDO:**

1. Que mediante acuerdo tomado por el Consejo Universitario en el Artículo V, Inciso 11, de la sesión ordinaria del 16 de febrero del 2006, Acta N° 2733 Y comunicado en el oficio SCU-192-2006 del 22 de febrero del 2006, se integra una comisión especial para presentar una propuesta de políticas de comunicación y organización de un sistema universitario de comunicación que articule e integre las diferentes oficinas existentes y responda a las políticas institucionales, la que fue compuesta por:

Dr. Olman Segura Bonilla  
M.A. Heriberto Valverde Castro, Coordinador  
" Dr. Luis Rivera Pérez  
M.Sc. Sara González Bonilla  
Licda. Maribelle Quirós Jara  
Dr. Luis Montoya Salas

2. Que la citada comisión presenta a los miembros del Consejo Universitario el documento "Políticas y Sistemas de Comunicación de la Universidad Nacional", el 27 de julio del 2006, mismo que es trasladado a la Comisión de Análisis de Temas Institucionales mediante oficio SCU-1237-2006 del 28 de febrero del 2006, para su estudio.

#### **CONSIDERANDO QUE:**

El presente documento constituye una propuesta para la definición de políticas de comunicación de la UNA y la creación de un sistema institucional de comunicación. Esta propuesta es el producto del trabajo realizado por la Comisión Especial nombrada por el Consejo Universitario mediante oficio SCU-192-2006.

La comisión especial estuvo integrada por el Dr. Olman Segura Bonilla, Rector, Máster Heriberto Valverde Castro, Académico, Luis Rivera Pérez, Ph.D., Académico, Dr. Luis Montoya Salas, Miembro del Consejo Universitario, Licda. Maribelle Quirós Jara, Directora de la Oficina de Comunicación, Máster Sara E. González Bonilla, Directora de la Oficina de Relaciones Públicas y el Máster Herbeth Bolaños Rivera, Académico, quien participó en las primeras sesiones de trabajo. La Comisión también contó con invitadas especiales que contribuyeron en el proceso de análisis y reflexión, entre las que se destacan la Máster María de los Ángeles Carrillo, del IDESPO, la Vicerrectora Académica, Licda. Sandra León Coto, y la Web máster de la Universidad Nacional, Máster Grettel Villalobos. La Bachiller Alejandra Fonseca Arce fungió como secretaria de la Comisión

Además de las contribuciones específicas de las y los integrantes de la Comisión y los aportes de las invitadas especiales, la Comisión revisó varios documentos, entre éstos:

El Estatuto Orgánico de la Universidad Nacional de 1993.

Hacia la universidad necesaria del Pbro. Benjamín Núñez Vargas.

El Plan global Institucional 2004-2011, aprobado por la Asamblea Universitaria en setiembre de 2004.

"Plan Estratégico de Comunicación Corporativa para la Universidad Nacional de Costa Rica", documento elaborado por el Dr. Pedro A. Rojo Villada, de la Universidad de Murcia, España.

*"Situación Actual y Desafíos para Fortalecer y Ampliar la Proyección de la UNA en el Análisis de la Realidad Nacional, Informe Final"*, documento elaborado por Isabel Román (por encargo de la Vicerrectora Académica).

Los planes de trabajo de la Oficina de Comunicación y de la Oficina de Relaciones Públicas.

El documento sobre "Políticas de Comunicación en la UNA", elaborado por el equipo de trabajo de la Oficina de Relaciones Públicas; y, "Diagnóstico de Identidad Institucional de la Universidad Nacional", documento elaborado en el año 1999 para la creación del Manual de Imagen Gráfica de la UNA.

La comisión realizó 15 sesiones, incluyendo tres talleres, trabajo del que resultó la siguiente propuesta:

## **I- LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA UNA: Algunos Elementos de Diagnóstico. .**

Para efectos de esta propuesta, entendemos por comunicación "La interacción de seres (con o sin mediación de las cosas) más o menos independientes y autónomos en la utilización de lenguajes y metalenguajes. La interacción se define como proceso, y habrá tantos procesos como actos de comunicación. El acto de comunicación implica, por su parte, la puesta en relación de al menos dos interactuantes; y para su representación se recurre a los modelos de comunicación". (Abrahán Moles)

La comunicación institucional se refiere a los procesos de comunicación establecidos entre la institución y sus públicos internos y externos, así como el conjunto de medios que utiliza y los mensajes que produce, recibe, procesa y emite la institución para establecer contacto con la sociedad. Comprende los mensajes verbales y no verbales emitidos de forma consciente, así como aquellos que no tienen una intención comunicativa explícita.

La comunicación universitaria está al servicio de los fines fundamentales de la Universidad Nacional de Costa Rica, de su vocación por crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación, la extensión, la docencia y la producción artística, orientada por el compromiso con el fomento de los valores trascendentales del ser humano.

La Universidad Nacional desde sus inicios comprendió la importancia de la comunicación, como se evidencia en el Capítulo XXII del Estatuto Orgánico, artículo 149 y 150, preocupación que ha acompañado el desarrollo institucional a lo largo de sus 33 años de existencia.

Al respecto, en los últimos años se han realizado significativos avances para consolidar una imagen pública favorable de la universidad como, por ejemplo, la aprobación por parte del Consejo Universitario de las políticas para la correcta aplicación del Manual de Imagen Gráfica de la Universidad Nacional y la creación del Programa UNA WEB. Por su parte, las actuales autoridades de la institución, Rectoría y Consejo Universitario, son conscientes del intenso intercambio que a diario mantiene la universidad con sus públicos internos y externos, y de la necesidad de planificar y direccionar mejor las tareas de comunicación que desarrolla la Institución.

Sin embargo, hasta ahora esa preocupación no ha conducido a la definición de políticas de comunicación ni de planes estratégicos de comunicación institucional que le permitan a la UNA articular mejor la labor comunicativa que desarrolla y aprovechar mejor los recursos que destina a este rubro. Pese a los importantes logros obtenidos en el campo de la .comunicación, todavía se requiere de una estrategia que contemple la coordinación de esfuerzos entre las diferentes oficinas y unidades dentro de la Institución.

a. Dependencias universitarias Que desarrollan labores comunicativas:

En términos generales se pueden citar al menos las siguientes dependencias involucradas en los procesos de comunicación en la Universidad Nacional: Oficina de Comunicación, Oficina de Relaciones Públicas, Rectoría y Vicerrectoría Académica, UNA-Web, Decanatos, Escuelas, Centros de Investigación e Institutos, Programa de Publicaciones e Impresiones, Oficina de Correos, la Editorial Universitaria y la Fundación para el Desarrollo Académico (FUNDAUNA),

**Oficina de Comunicación:**

Atiende la demanda de informativa interna y externa de la Universidad y es la encargada de los asuntos de prensa, entre estos, el establecer relaciones con medios de comunicación externos para lograr la publicación de mensajes institucionales. La Oficina de Comunicación convoca y organiza las conferencias de prensa, redacta y emite los boletines de prensa y a partir del mes de Comunicación convoca y organiza las conferencias de prensa, redacta y emite los boletines de prensa y a partir del mes de marzo de 2006 coordina la pauta de los espacios pagados en medios escritos y radiales, además, apoya la labor del Programa UNA-Web.

La Oficina de Comunicación apoya y colabora con las iniciativas periodísticas generadas por las unidades académicas, las facultades, los centros de investigación, las fundaciones y las instancias descentralizadas de la universidad y procura que los diversos esfuerzos guarden concordancia con los principios institucionales.

Produce el programa radial "Visión Crítica" y organiza el programa "Viernes Científicos". Elabora el periódico "Campus" que en su versión impresa es una publicación mensual dirigida a públicos tanto internos como externos, con un tiraje de 5000 ejemplares. En el periódico se emiten además Suplementos Especiales cuando los temas o las ocasiones lo ameritan. Este, medio existe también en versión digital, "Campus Digital", basado en la versión impresa con noticias en Internet y "Hoy en el Campus", otro noticiero en formato electrónico.

La Oficina de Comunicación garantiza el pleno ejercicio de las libertades de expresión, información y opinión, y de los derechos de réplica y rectificación, tal como lo disponen las normas legales y constitucionales. Y los postulados universales sobre derechos humanos.

## **Oficina de Relaciones Públicas:**

La Oficina de Relaciones Públicas desarrolla una labor de acompañamiento, asesoría, organización y capacitación en los procesos de comunicación estratégica, identidad e imagen corporativa que llevan a cabo las diversas instancias académicas, administrativas, estudiantiles y autoridades universitarias. Mantiene una estrecha relación con el Programa de Publicaciones e Impresiones, la página Web y con la Proveeduría institucional pues supervisa, por acuerdo del Consejo Universitario, la correcta aplicación del Manual de Imagen Gráfica en los diversos instrumentos de comunicación que se imprimen, se distribuyen electrónicamente o se contratan a los diversos proveedores de la institución.

Los instrumentos de comunicación no se refieren únicamente a impresos (folletos, dobladillos, revistas, afiches) sino también a los objetos promocionales que cada vez son más comunes en la universidad como camisetas., gorras, lapiceros, llaveros, sombrillas, artículos deportivos y otros.

Por otra parte la Oficina de Relaciones Públicas realiza acciones para propiciar un clima de cooperación y armonía entre los diversos sectores de la comunidad interna y crea confianza general en las formas de organización y autogobierno de la universidad. Esta Oficina es la responsable de apoyar desde la perspectiva protocolaria las actividades académicas de la institución, así como a la producción audiovisual profesional.

Mediante la Oficina de Relaciones se establecen contactos con públicos y entidades externas tanto nacionales como internacionales con el fin de coadyuvar al desarrollo de las actividades académicas, de extensión universitaria y de difusión de la obra intelectual de la UNA; asimismo, se encarga de proyectar la imagen institucional de la universidad en el entorno social y contribuye en la consolidación de una cultura de servicios de excelencia y de adecuada proyección institucional que permitan a la Universidad Nacional, en cuidadosa atención de sus postulados originales, proyectarse con actualidad en el medio de la educación superior como una institución, modelo de excelencia en su servicio.

Esta oficina lidera, conjuntamente con diversas unidades académicas y administrativas, procesos de capacitación que propicien el sentido de pertenencia, identificación y compromiso mediante la promoción del orgullo de pertenecer a la UNA, acción que ha tomado un sentido especial con el cambio generacional que ha venido experimentando la UNA en los últimos años.

Igualmente, la Oficina tiene bajo su responsabilidad la coordinación de la Galería Lola Fernández ubicada en el Edificio Administrativo de la institución y representa en el ámbito nacional e institucional a la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (A TEI-UNA) con sede en España.

## **Página-WEB**

La Página Web es la instancia de comunicación encargada de presentar la cara de la institución al mundo externo, mediante la vía electrónica.

Para lograrlo debe alimentarse de información producida y emanada desde los diferentes estamentos institucionales, tanto académicos como administrativos. Tarea que se cumple por dos vías principales: el aporte directo de las autoridades académicas y administrativas, y el que brindan las oficinas de Comunicación y de Relaciones Públicas que son las

principales fuentes de información para la alimentación de la página. Por eso, además de su claro ligamen con las otras instancias conocidas como de tecnologías de la información, también hay una significativa dependencia de la Página WEB de los profesionales de comunicación y relaciones públicas, en todo lo referente a información periodística emanada de proyectos institucionales y de otras actividades noticiosas, así como la información sobre la agenda universitaria Y todo lo que tiene que ver con la imagen institucional desde una perspectiva de las relaciones públicas y la comunicación organizacional.

#### **Rectoría y Vicerrectoría Académica:**

Por ubicarse entre los entes de mayor jerarquía en la universidad, estas instancias de la gestión universitaria superior realizan una intensa labor de comunicación con los diferentes públicos y por lo tanto revisten especial importancia en cuanto a la generación y la promoción de la imagen institucional.

#### **Decanatos y Sedes Regionales, Unidades Académicas y Administrativas:**

En lo que respecta a las restantes unidades académicas: sedes regionales y facultades, escuelas y sus correspondientes centros de investigación, todos ellos realizan publicaciones para comunicar tantos sus objetivos, como para divulgar sus actividades, tareas y logros.

#### **Programa de Publicaciones e Impresiones:**

Muchos de los procesos y productos que genera este programa están directamente ligados a la comunicación e imagen de la UNA, pues es en esta dependencia donde se produce una importante cantidad de impresos dirigidos a los diferentes públicos de la institución.

#### **FUNDAUNA:**

Por su función como ente recaudador y administrador de fondos para el desarrollo académico de la universidad; también la FUNDAUNA tiene una presencia importante en el ámbito de la comunicación ya que mantiene relaciones con los sectores que apoyan económica y técnicamente a diferentes proyectos y programas de la institución, a la vez que se vincula con la comunidad universitaria que se beneficia de su labor.

#### **b. Medios**

Son los canales formales e informales que utiliza la institución para comunicarse con sus públicos. Estos canales incluyen diferentes formatos como son los impresos, los audiovisuales y los virtuales. La elección correcta de los canales debe estar en estrecha relación con el propósito del mensaje y el público al cual se dirigen.

Los medios existentes en la UNA son:

#### **Impresos:**

- a) Periódico mensual CAMPUS (impreso y electrónico)
- b) Gaceta del Consejo Universitario
- c) Brochures descriptivos y de información general de las diferentes Unidades Académicas e Institutos especializados

- d) Afiches para promocionar las carreras y actividades académicas o eventos especiales de escuelas o proyectos
- e) Revistas especializadas, publicadas por unidades académicas y otras instancias. Libros con sello editorial de la EUNA
- f) Brochures, invitaciones especiales y volantes para eventos varios
- g) Avisos (campos pagados) en prensa nacional
- h) Visuales
- i) Páginas Web
- j) Audiovisuales ( en multimedia, power point)
- k) Videos en formato profesional
- l) Videos en formato VHS
- m) Exposiciones académicas y artísticas

En esta sección también se incluyen todos aquellos medios destinados a comunicación formal dentro de la universidad, pero que no necesariamente se generan desde las oficinas de comunicación y relaciones públicas. Entre estos instrumentos de comunicación se contemplan:

- a) Circulares
- b) Mensajes por correo electrónico
- c) Cartas

Como se puede constatar con esta lista, la universidad destina recursos importantes a la existencia y mantenimiento de los diferentes medios de comunicación con los que cuenta, por esto también es importante que exista un plan estratégico que optimice sus alcances. Por otra parte, es indudable que, además de las instancias antes mencionadas y los medios de comunicación de que disponen, en el universo de comunicación de la Universidad Nacional existen muchos otros sujetos de comunicación y estructuras que la facilitan. Todas esas instancias, mediante la interacción con sus públicos específicos, contribuyen a formar una percepción pública de la UNA que de una u otra forma afecta su posicionamiento nacional e internacional, y por ende a la vida institucional como un todo.

### **c. Públicos de la UNA**

Los públicos son los principales grupos o individuos con los que la UNA se vincula o le interesa relacionarse y que determinan o pueden determinar el éxito de la operación global de la organización. Los públicos se clasifican como internos y externos.

#### **Públicos internos**

Es el grupo de personas involucradas directamente en los procesos organizacionales; o sea aquellas que están dentro de la organización y que participan de las tareas y vida diaria de la entidad. En la Universidad Nacional, el público interno lo constituyen: Estudiantes (Asociaciones estudiantiles, Consejo de Asociaciones -CAE UNA- y la Federación de Estudiantes FEUNA), Académicos, Funcionarios Administrativos, Cooperativa de la Universidad Nacional (COOPEUNA), Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional (SITUN), Fondo de Beneficio Social de los Trabajadores de la Universidad Nacional, Fundación para el Desarrollo Académico (FUNDAUNA).

#### **Públicos externos**

Son todas las organizaciones, empresas o grupos organizados que se relacionan con la institución de acuerdo con sus intereses; ya sea por asuntos políticos, geográficos, servicios afines, sociales o financieros. En ese público externo de la UNA se destacan: las personas y grupos de interés específico de los proyectos que desarrolla la institución, el sector político y Gobierno Central (representantes del Poder Ejecutivo, Poder Judicial y la Asamblea Legislativa, ministros, viceministros, presidentes de instituciones autónomas y otros), Sector diplomático (embajadores), Organismos de cooperación internacional, Medios de comunicación (prensa), Organizaciones de base (gobiernos locales, asociaciones, cooperativas, sindicatos, iglesias), Sector académico {rectores y autoridades de otras universidades, educadores de primaria y secundaria), Organizaciones afines: CONARE, CSUCA, FLACSO, etc.

#### **a. El Potencial comunicativo de la UNA**

Aunque se carece de un estudio profundo sobre los hábitos y preferencias de información de los públicos de la UNA, existen algunas fortalezas que desde el punto de vista de la comunicación institucional se han detectado en diagnósticos anteriores; entre estas fortalezas figuran:

1. Percepción favorable hacia la necesidad de definir el papel de la comunicación y fortalecerla (su necesidad se establece en el Estatuto Orgánico, 1993)
2. Interés por consolidar el trabajo de la Oficina de Comunicación
3. Conciencia creciente con respecto a la necesidad del manejo estratégico de la identidad, la imagen y la comunicación institucional
4. Definición de tareas en Relaciones Públicas y Prensa
5. Formación interdisciplinaria del personal de comunicación y relaciones públicas
6. Se cuenta con canales de comunicación formales
7. Existe materia abundante para comunicar
8. Existen recursos para comunicar
9. Se percibe una imagen positiva de la UNA ante la comunidad nacional, el gobierno, la prensa y las organizaciones de cooperación internacional

Estas fortalezas permiten pensar en un gran potencial institucional para mejorar la labor comunicativa, pero también debemos considerar que enfrentamos algunas debilidades que necesitamos superar o atenuar; por ejemplo:

1. Carencia histórica de un plan de comunicación en el que se definan políticas y estrategias de comunicación institucional interna y externa (pese al marcado interés y a las múltiples propuestas planteadas)
2. Falta de una permanente coordinación, pues solo se realizan esfuerzos aislados.
3. Posiciones encontradas con respecto a la función y responsabilidades de dos oficinas encargadas de tareas de comunicación
4. Se desaprovechan las oportunidades de comunicación
5. Inversión insuficiente
6. La UNA no se proyecta como la primera opción para los estudiantes de secundaria
7. Los niveles de conciencia con respecto a la misión de la UNA son bajos.

En una visión prospectiva, el conocimiento de las fortalezas y debilidades anotadas., nos permiten visualizar un conjunto de oportunidades como las siguientes:

1. Entusiasmo y aval de las autoridades para plantear políticas y estrategias de comunicación

2. Existe interés y necesidad de informar a las comunidades: universitaria, nacional e internacional del quehacer institucional
3. Proyección de la UNA como una institución ágil, eficiente, rejuvenecida, dinámica con una oferta académica, actualizada, fiel a sus principios (misión)
4. Disponibilidad del correo electrónico e Internet
5. Existen los recursos internos para comunicar (personal humano calificado y contenido de información) Frente a esas oportunidades, es preciso considerar dos amenazas importantes: los altos niveles de competencia que marcan las otras instituciones de educación superior y la restricción de recursos económicos asignados a la promoción del quehacer de la UNA.

**b. Los atributos de la UNA**

En estas condiciones, la institución podría centrar su comunicación en torno a una serie de atributos que constituyen su identidad como institución. Así, con base en el análisis de diferentes documentos oficiales de la UNA elaborados en los últimos años, distintos sondeos aplicados, entrevistas con funcionarios claves de la institución y las recomendaciones del Consejo Universitario, se podría establecer la siguiente lista de atributos que componen la identidad institucional de la UNA y que están ampliamente aceptados por todos los públicos:

- a) Es humanista (realiza acciones concretas en favor del ser humano)
- b) Es solidaria y de compromiso social (trabaja constantemente en favor de los grupos sociales más necesitados)
- c) Procura la calidad en todos los procesos
- d) Responde a las necesidades del desarrollo nacional (logra que sus servicios sean realmente la respuesta a las expectativas de la sociedad costarricense)
- e) Es fuerte en investigación
- f) Tiene al estudiante como su razón de ser
- g) Es una institución comprometida con la excelencia.

**II. SUPUESTOS FUNDAMENTALES DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA UNA.**

Los elementos de diagnóstico de la sección anterior muestran la existencia de diversas instancias que desarrollan funciones y actividades comunicativas de manera directa y particularizada, y que han desarrollado medios de comunicación específicos dirigidos a públicos también específicos, determinantes para el logro de sus objetivos académicos institucionales. En conjunto estas instancias y las y los universitarios a su cargo han desarrollado una red vasta y muy compleja de procesos comunicativos fundamentales para la institución, que han propiciado y facilitado la gran vitalidad de la vida interna de la UNA y su inserción positiva en la comunidad nacional, regional e internacional.

La experiencia comunicativa de la UNA, acumulada en sus treinta y tres años de existencia, constituye el cimiento o base sólida del gran potencial comunicativo que tiene la institución y que, orientada en una perspectiva estratégica, le permitirá consolidar sus atributos identitarios fundamentales como elemento indispensable para la concreción de sus fines, su misión y su visión.

En esta dirección, las políticas de comunicación de la UNA y el sistema que permitirá llevarlas a su mejor concreción deben partir de algunos supuestos fundamentales, entre los que están:

1. Las políticas de comunicación de la UNA y el sistema que permita concretarlas tienen una función instrumental con respecto al proyecto de la Universidad Nacional como Universidad Necesaria, a la naturaleza fundamentalmente académica de su quehacer y a la filosofía de compromiso social que fundamentó su creación y posterior desarrollo.

La comunicación institucional debe partir y contribuir al fomento del carácter distintivo de la UNA, aquello que sus creadores concibieron como el rasgo particular de la institución y que desde entonces forma parte de la filosofía y la identidad de la Institución, tal y como se recoge en los documentos que registran su origen, en el Estatuto Orgánico y sus diferentes modificaciones, lo mismo que en los diversos planes institucionales. Dicen los creadores de la UNA en el primer documento mencionado:

*"...Hemos ido sentando las bases de una institución de educación superior que el país está necesitando. En esta tarea hemos tenido la preocupación, no tanto de concebir y construir simplemente una universidad más, sino de darle a Costa Rica una universidad necesaria que, contrayendo un compromiso efectivo con su realidad nacional, pueda servirle para cumplir un destino histórico con prosperidad, justicia y libertad."*

Consecuentemente, en este ámbito fundamental, la comunicación institucional debe impulsar y fomentar los principios y valores de la UNA, los fines que condujeron a su creación y las funciones fundamentales que la Institución debe desarrollar para el logro de su misión, tal y como se enuncian en el Estatuto Orgánico.

2. La comunicación institucional debe "traducir fielmente un proyecto institucional" de Universidad Nacional (Rojo Villada, Antonio) por lo que las políticas y el sistema de comunicación de la UNA deben articularse estrechamente con el Plan Global Institucional aprobado por la Asamblea Universitaria en setiembre de 2004, y que adapta los principios, valores y compromisos fundamentales de la UNA mencionados anteriormente, al nuevo contexto de inicios del siglo XXI.

Así, el Plan Global Institucional (2004) establece la misión de la Universidad Nacional de la siguiente manera:

*"La Universidad Nacional es una institución pública de educación superior que genera y socializa" conocimientos de importancia científica y cultural estratégica para el desarrollo nacional e internacional, sin distinción de género, etnias, credos o condición social."*

El mismo documento establece la visión de la UNA en los siguientes términos:

*"La Universidad Nacional se constituye en un importante centro académico de América Latina en el abordaje de asuntos estratégicos para el desarrollo humano sostenible y contribuye con sus aportes al desarrollo del conocimiento y a mejorar la calidad de vida en el ámbito nacional e internacional"*.

Además, el Plan Global Institucional establece los principios de la Universidad Nacional, entre los que contempla: excelencia, pertinencia, integralidad, eficiencia, cooperación, participación, bien común, trabajo en equipo, conocimiento como patrimonio colectivo, inclusión, flexibilidad, responsabilidad ambiental, responsabilidad en la gestión, libertad de cátedra, autonomía, humanismo. Como valores en el Plan Global se contemplan: Compromiso Social, Identidad y Compromiso, Respeto y

Diálogo, Transparencia, Compromiso con el Ambiente Equidad, Innovación y Creatividad, Interdisciplinariedad.

Para cumplir con la misión, visión, fines, principios y valores la Universidad Nacional define una estrategia que consiste en asumir una posición de cambio integral, hábil e inteligentemente conducido, lo cual requiere que las condiciones institucionales estén predominantemente orientadas a desarrollar de manera distintiva un conjunto de habilidades entre la que se menciona: "El desarrollo de una gestión actualizada de la tecnología, la información y las comunicaciones, que apoye eficientemente el desarrollo académico.

3. La comunicación institucional, las políticas que la orientan y el sistema que la hace viable, deben anclarse firmemente en el proyecto general de Universidad lo mismo que en el proyecto concreto que la Institución ha definido para el futuro próximo en el Plan Global Institucional y, como un nivel de mayor concreción del proyecto de Universidad que perseguimos, en el Plan Estratégico Institucional 2007-2011 que definen las instancias correspondientes. Por eso, la comunicación institucional también debe ser un medio para que la Institución pueda lograr el mayor avance posible en las áreas académicas que la comunidad definió como estratégicas en el Plan Global, a saber: ambiente y uso del territorio, ciencias y tecnologías, educación, salud y desarrollo humano, arte y desarrollo de la cultura, y salud y calidad de vida.
4. La comunicación institucional se desarrolla en dos ámbitos íntimamente vinculados: la comunicación interna, dirigida a las y los integrantes de la comunidad universitaria, y la comunicación externa, dirigida a la comunidad nacional o sectores específicos de ésta, así como a diversos sectores de la región centroamericana o del ámbito internacional. La primera se orienta hacia las personas y prioriza en la construcción de identidad e identificación y el logro de los objetivos académicos y administrativos establecidos, mientras que la comunicación con el entorno se concentra más en el liderazgo académico y cultural que la Universidad puede y debe ejercer.
5. Las políticas y el sistema de comunicación de la UNA deben considerar y conjugar adecuadamente las dos dimensiones fundamentales de la comunicación: su dimensión humana y socio cultural y su dimensión tecnológica. Como proceso sociocultural la comunicación requiere de los soportes tecnológicos adecuados para ser viable y eficaz; por esa misma razón las tecnologías de la información y la comunicación plantean requerimientos para su uso adecuado que no se agotan en lo puramente técnico y tecnológico.
6. El modelo de comunicación institucional de la UNA, y las políticas y el sistema de comunicación que se adopten, deben expresar y articular adecuadamente las redes y canales de comunicación existentes y los que se quieran desarrollar, las relaciones, incluidas las de jerarquía, entre las instancias que integran el sistema y la función fundamental y específica de cada una, tener una visión general de los públicos o segmentos de públicos hacia los que cada instancia orientará su labor y los recursos disponibles y los requeridos para desarrollarla. En general, el modelo de comunicación institucional debe garantizar la proyección, identificación, apropiación y fortalecimiento de la UNA como institución de educación superior de calidad, definida esta última en concordancia con los principios y valores fundamentales de la Institución.
7. Las políticas de comunicación deberán ser concretadas en planes de comunicación institucional, anuales y de mediano plazo, elaborados por las instancias previstas en el

sistema de comunicación que se adopte y aprobadas por las instancias correspondientes.

8. El acuerdo tomado por el Consejo Universitario mediante el Artículo Sexto, Inciso 1, de la sesión ordinaria del 22 de junio del 2006, Acta N° 2769, comunicado mediante el oficio SCU-1050-2006 del 26 de junio del 2006, que plantea la posibilidad de reestructurar el área de comunicación en la Universidad Nacional de la siguiente forma:
  - "A. *Una Dirección de Tecnologías de Información y Comunicación de la Universidad Nacional (DTIC), como instancia líder y coordinadora de todo este quehacer.*
  - B. *Ubicar bajo esta dirección a las siguientes dependencias universitarias:*
    - *Centro de Cómputo*
    - *Unidad Institucional de Redes*
    - *Unidad Web*
  - C. *Cambiar el nombre del Centro de Cómputo por Centro de Gestión Informática y la Unidad Institucional de Redes y Unidad Web por Centro de Gestión Tecnológica.*
9. Que según el Plan Global Institucional 2004-2001, para el área de tecnología, información y comunicaciones, se establece como estrategia *"El desarrollo de una gestión actualizada de la tecnología, la información y las comunicaciones.*

#### **ACUERDA:**

- A. APROBAR LOS OBJETIVOS Y POLÍTICAS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL:

### **OBJETIVOS Y POLÍTICAS Y SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL**

#### **OBJETIVOS:**

1. Posicionar a la Universidad Nacional ante la comunidad nacional e internacional y entidades locales, nacionales, regionales e internacionales como una institución generadora de conocimiento, cultura y desarrollo, conforme a estándares internacionales de calidad que sean pertinentes a su realidad ya su misión.
2. Guiar a la comunidad universitaria hacia el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en aras de una mayor eficiencia de la administración y la academia, siempre bajo el principio de que son los seres humanos los sujetos de todo proceso comunicativo.

3. Contribuir al fortalecimiento de la gestión académica y administrativa de la Institución, facilitando, con el apoyo de nuevas tecnologías, procedimientos ágiles, eficientes y apegados a los principios de transparencia y servicio.
4. Contribuir al desarrollo del conocimiento y la cultura mediante la difusión de la producción académica de la Universidad Nacional y el fortalecimiento del intercambio académico a nivel nacional e internacional.
5. Contribuir a la democratización del conocimiento y la cultura para que estos sean cada vez más patrimonio de una sociedad pluralista e inclusiva.
6. Contribuir en la construcción de ambientes propicios para el desarrollo pleno de los y las universitarias.
7. Coadyuvar a la integración de los diferentes sectores de la UNA en torno a los principios fundamentales que sustentan el quehacer institucional.
8. Fomentar procesos de comunicación que propicien la interacción y el sentido de pertenencia de las personas que integran la Comunidad Universitaria.

## **POLÍTICAS**

1. La Universidad Nacional entiende por comunicación aquella actividad institucional que, utilizando los medios pertinentes, transmite información con el ánimo de compartir conocimientos, transmitir instrucciones, ordenar procesos, divulgar productos y resultados, plantear propuestas, publicar posiciones, responder a inquietudes, ya sea al interior de la comunidad universitaria o trascendiéndola.
2. Toda comunicación de y en la Universidad Nacional se hará atendiendo los principios de: rigor en el uso del lenguaje, claridad en la exposición de las ideas y respeto al pluralismo en todos los ámbitos de las relaciones humanas.
3. La Universidad Nacional, como institución de Educación Superior de excelencia académica y de acuerdo con sus valores, misión, principios, fines y funciones, promoverá procesos de comunicación que permitan la socialización de los resultados de su quehacer y la transferencia de conocimientos necesaria para apoyar el desarrollo del país.
4. La Universidad Nacional consolidará una política de comunicación, identidad e imagen que le permita, en atención a sus fundamentos históricos y filosóficos, mostrarse en el medio nacional e internacional como una institución modelo de excelencia en la educación superior.
5. El sistema de comunicación de la Universidad Nacional servirá de soporte a la academia y la administración, tanto a lo interno como en las relaciones interinstitucionales.
6. El sistema de comunicación permitirá a la Universidad Nacional disponer de información oportuna para la toma de decisiones y el cumplimiento de sus tareas académicas y administrativas, en apego a los principios que la sustentan.

7. La Universidad Nacional asegurará la transparencia de todos sus procesos y pondrá la información derivada de ellos a disposición de la comunidad universitaria, entidades afines y demás interesados, y muy especialmente de los grupos meta de la Institución, utilizando para ello los medios tecnológicos y los canales de comunicación idóneos.
8. Las estrategias de comunicación de la Universidad Nacional tendrán como objetivo posicionar la imagen institucional en el ámbito nacional e internacional, teniendo como referente fortalecer el liderazgo, desarrollar las especificidades y promover aquellas áreas que son de su interés.
9. El sistema de comunicación institucional promoverá espacios de reflexión y sensibilización orientados a la construcción de un clima laboral saludable, que contemple el espíritu de servicio y el respeto como principios de convivencia, el gozo como sustento de toda actividad y la concreción de los fundamentos filosóficos que rigen a esta Casa de estudios, de manera que se genere entre sus miembros el sentido de pertenencia y compromiso con el Alma Mater.
10. Los asuntos oficiales de la Universidad Nacional, y en general, los productos de los proyectos institucionales, serán difundidos mediante sus órganos de comunicación y difusión colectiva, sin que esto impida la divulgación en otros medios.

**B. ACUERDO FIRME.**

## **ACUERDOS GENERALES - CONSEJO UNIVERSITARIO**

**I. 23 de marzo del 2007  
SCU-410-2007**

ARTÍCULO III, INCISO II, de la sesión ordinaria celebrada el 22 de marzo del 2007, acta No. 2830, que dice:

**RESULTANDO:**

1. El oficio CJ 544-10-06 del 1 de noviembre de 2006 en que la Comisión de Asuntos Jurídicos de la Asamblea Legislativa consulta el criterio de la Universidad Nacional en relación con el proyecto de ley "Código de ética del funcionario público costarricense", Expediente14.922.

2. Que mediante oficio SCU-CATI-2251-2006 del 5 de diciembre de 2006 se solicitó criterio a la Asesoría Jurídica y a académicos de la Universidad especialistas en el tema.
3. El informe presentado por el Dr. Carlos Molina, especialista en el campo de la ética, producto del análisis del mencionado proyecto.
4. El análisis realizado por la Comisión de Análisis de Temas Institucionales, basado en el expediente y el documento antes citado.

**CONSIDERANDO QUE:**

1. En su análisis del proyecto de ley “Código de ética del funcionario público costarricense”, el Dr. Carlos Molina plantea que el presente código de ética contiene importantes aciertos pero que en general constituye un texto cuya aprobación encuentra inconveniente. Se trata de un documento que muestra cierta tendencia a la puritanización del proceder de los funcionarios públicos ubicados en diferentes escalas de puestos, pero que deja espacios abiertos para que los altos jerarcas se comporten de manera arbitraria. Asimismo considera que la participación ciudadana ha sido incorporada en forma precipitada, estrecha y deficiente.

**ACUERDA:**

- A. MANIFESTAR A LA COMISIÓN DE ASUNTOS JURÍDICOS DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA QUE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CONSIDERA OPORTUNO CONTAR CON UN CÓDIGO DE ÉTICA DEL FUNCIONARIO PÚBLICO QUE ESTABLEZCA LOS PARÁMETROS DE CUMPLIMIENTO LABORAL Y ESPECIFIQUE LAS FORMAS DE CONDUCTA MORAL QUE LA SOCIEDAD COSTARRICENSE ESPERA DE ESTOS SERVIDORES. SIN EMBARGO, CONSIDERA QUE NO ES CONVENIENTE APROBAR EL PROYECTO “CÓDIGO DE ÉTICA DEL FUNCIONARIO PÚBLICO COSTARRICENSE”, EXPEDIENTE 14.922, POR LAS RAZONES PLANTEADAS EN EL CONSIDERANDO 1.
- B. SUGERIR A LA ASAMBLEA LEGISLATIVA LA CONFORMACIÓN DE UNA COMISIÓN MIXTA ESPECIAL INTEGRADA POR ABOGADOS, EXPERTOS EN ÉTICA, REPRESENTANTES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y USUARIOS QUE RECIBEN LOS SERVICIOS DE LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS PARA QUE ANALICE EL TEMA DESDE DIVERSAS PERSPECTIVAS Y ELABORE UN NUEVO DOCUMENTO, EN EL QUE SE CONJUGUEN LOS INTERESES DE LOS DIFERENTES SECTORES.
- C. ANEXAR A ESTE ACUERDO EL INFORME DEL DR. CARLOS MOLINA.
- D. ACUERDO FIRME.

**II. 26 de marzo del 2007  
SCU-425-2007**

ARTÍCULO VIII, INCISO II, de la sesión ordinaria celebrada el 22 de marzo del 2007, acta No. 2830, que dice:

**CONSIDERANDO QUE:**

1. Recientemente se realizó la UNA-EXPO, proyectos vinculados al desarrollo.
2. Esta actividad se convirtió en un excelente medio para dar a conocer a la comunidad universitaria y nacional; el trabajo que desarrolla la UNA en el campo de la Investigación.
3. El esfuerzo y la dedicación de quienes organizaron la UNA-EXPO.

**ACUERDA:**

- A. FELICITAR A TODAS LAS PERSONAS QUE DE UNA U OTRA FORMA CONTRIBUYERON A LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO EXITOSO DE LA UNA-EXPO, PARTICULARMENTE A LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN, A LA VICERRECTORÍA DE VIDA ESTUDIANTIL, A LA OFICINA DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y VINCULACIÓN EXTERNA Y MUY ESPECIALMENTE A TODOS Y CADA UNO DE LOS PROYECTISTAS.
- B. ACUERDO FIRME.

**III. 30 de marzo del 2007  
SCU-457-2007**

ARTÍCULO II, INCISO IV, de la sesión ordinaria celebrada el 29 de marzo del 2007, acta No. 2832, que dice:

**RESULTANDO:**

1. Que mediante nota del 31 de octubre de 2006, la señora Hannia Durán, Jefa de Área de la Comisión de Asuntos Especiales, solicita el criterio de la Universidad Nacional en relación con el expediente N° 16.314 : “Ley para hacer efectiva la educación estatal a distancia a través de medios de comunicación televisiva y radiofónica”.
2. Que mediante oficio SCU-1968-2006 del 02 de noviembre de 2006, la MBA. María del Milagro Meléndez, Directora de la Secretaría del Consejo Universitario, solicitó criterio sobre el mencionado proyecto a la Vicerrectoría Académica, a la Asesoría Jurídica, al CIDE, a la Oficina de Comunicación y al Programa UNA-Virtual.
3. Que se recibieron observaciones de las siguientes instancias:
  - 3a. Vicerrectora Académica, oficio VA-2321-2006 del 22 de noviembre de 2006.
  - 3b. Asesoría Jurídica, oficio AJ-D-1128-2006, del 29 de noviembre de 2006.

3c. CIDE, oficio CIDE-D-070-2007 del 30 de enero de 2007.

**CONSIDERANDO:**

1. Que el proyecto “Ley para hacer efectiva la educación estatal a distancia a través de medios de comunicación televisiva y radiofónica”, Expediente N° 16.314, tiene como fin dotar a la Universidad Estatal a Distancia, UNED, de la concesión de una frecuencia de radio en la banda FM y una frecuencia de televisión en las bandas UHF o VHF, para el cumplimiento de sus objetivos fundamentales. Es una iniciativa orientada a brindar mayores oportunidades para que las personas que presentan condiciones de vida especiales tengan acceso a una producción que apoye el desarrollo del plan educativo en los diversos niveles del sistema educativo, así como el enriquecimiento de su cultura general.
2. Que es innegable el impacto que tienen los medios de comunicación colectiva, principalmente la radio y la televisión, sobre la cultura, percepción y conocimiento de la realidad de una sociedad. Consecuentemente, los componentes educativos, informativos y culturales consustanciales a los programas producidos por la UNED constituyen una valiosa alternativa ante la oferta existente en la radio y la televisión.
3. Que los Artículos 84 y siguientes de la Carta Magna citados en la exposición de motivos del proyecto no son exclusivos de la UNED. Si bien se reconoce la experiencia de esta institución hermana en educación a distancia, todo el sistema de educación superior pública desarrolla programas en esa modalidad y constituye una fuente inagotable de conocimiento a cuyo acceso tiene derecho toda la población del país. Siendo así, no solo la UNED califica como concesionaria de las frecuencias de radio y televisión. Tal exclusividad resulta discriminatoria para las otras universidades públicas, las cuales se encuentran en igual jerarquía institucional y poseen capacidades y recursos para coadyuvar al enriquecimiento educativo y cultural de la sociedad costarricense.
4. Que por la magnitud del proyecto y las implicaciones que tiene para el desarrollo educativo nacional; por el enriquecimiento con experiencias de formación, producto de conocimientos que surjan del quehacer académico de todas las instituciones de educación superior; por la garantía de la diversidad de criterios aportados por académicas y académicos de los diferentes centros de educación superior; entre otras, este Consejo Universitario considera que es conveniente que el proyecto sea asumido como un esfuerzo compartido entre todas las universidades estatales.
5. Este Consejo Universitario considera que es sumamente positivo que se aprovechen recursos del Estado para apoyar procesos educativos y culturales que repercutan directamente en la vida de las y los costarricenses. No obstante, considera imprescindible que se garantice la no injerencia política en las programaciones, las que determinarán los centros universitarios en estricto apego a su autonomía.
6. Asimismo, se considera que esta iniciativa no debe centrarse solamente en los planes de estudio, sino ampliar su cobertura a áreas del saber y temas de interés de los diversos sectores de la sociedad, de manera que la televisión y la radio se conviertan en oportunidades de aprendizaje para toda la comunidad, no exclusivamente focalizadas en los ambientes escolarizados.

**ACUERDA:**

A. MANIFESTAR A LA ASAMBLEA LEGISLATIVA QUE LA UNIVERSIDAD NACIONAL:

1. CONSIDERA SUMAMENTE POSITIVO QUE SE APROVECHEN RECURSOS DEL ESTADO PARA APOYAR PROCESOS EDUCATIVOS Y CULTURALES QUE REPERCUTAN DIRECTAMENTE EN LA VIDA DE LAS Y LOS COSTARRICENSES. NO OBSTANTE, SE OPONE AL TEXTO DEL PROYECTO "LEY PARA HACER EFECTIVA LA EDUCACIÓN ESTATAL A DISTANCIA A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVA Y RADIOFÓNICA", EXPEDIENTE N° 16.314, PUES CONSIDERA QUE RESULTA DISCRIMINATORIO PARA LAS OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS, LAS CUALES SE ENCUENTRAN EN IGUAL JERARQUÍA INSTITUCIONAL QUE LA UNED Y POSEEN CAPACIDADES Y RECURSOS PARA COADYUVAR AL ENRIQUECIMIENTO EDUCATIVO Y CULTURAL DE LA SOCIEDAD COSTARRICENSE.
2. RECOMIENDA LA INTEGRACIÓN DE UNA COMISIÓN ESPECIAL MIXTA, CON REPRESENTANTES DE LAS DIFERENTES UNIVERSIDADES PÚBLICAS, PARA QUE REDACTE UN NUEVO PROYECTO DE LEY QUE INVOLUCRE AL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICA.

B. ACUERDO FIRME.

**IV. 30 de marzo del 2007  
SCU-456-2007**

ARTÍCULO II, INCISO III, de la sesión ordinaria celebrada el 29 de marzo del 2007, acta No. 2832, que dice:

**RESULTANDO QUE:**

1. Mediante el oficio IDESPO-UNA-O31-2007 del 12 de febrero del 2007, el M.Ba. Hugo González Calvo, funcionario del Instituto de Estudios Sociales en Población, IDESPO, comunica su renuncia al cargo de miembro académico propietario en el Tribunal Electoral Universitario, TEUNA, debido a que sus labores como académico el proyecto Cultura Ambiental para el manejo de los desechos en la Cuenca del Río Morote, Guanacaste, le impiden cumplir con las actividades del TEUNA.

**CONSIDERANDO QUE:**

1. En relación con los requisitos de los miembros del Tribunal Electoral Universitario, el Artículo 339 del Estatuto Orgánico indica que: *"(...) se exigirá como mínimo tener grado académico de Licenciado y cinco años de experiencia universitaria"*.
2. En el artículo 7 del Reglamento del TEUNA, se estipula que dicho órgano *"estará integrado por cuatro académicos, dos estudiantes y un administrativo, todos de reconocida solvencia moral y destacada por sus cualidades humanas y académicas, dedicación y compromiso con la Institución"*.

3. Que mediante acuerdo comunicado por oficio SCU-1760-2006, del 6 de octubre del 2006, el Consejo Universitario nombró a la M.Ed. Myrna Patterson Williams, miembro académica suplente en el TEUNA y que ha sustituido al M.BA. Hugo González Calvo desde su renuncia.
4. La recomendación efectuada por el TEUNA, mediante el oficio TEU-058-2007 del 13 de marzo del 2007, de que la M.Ed. Myrna Patterson Williams ocupe el cargo de miembro titular en ese órgano y su anuencia a aceptar esta designación.
5. Que la M.Ed. Patterson Williams cumple con los requisitos enunciados en los considerandos 1 y 2.
6. El análisis realizado por la Comisión de Análisis de Temas Institucionales.

**ACUERDA:**

- A. NOMBRAR A LA M.ED. MYRNA PATTERSON WILLIAMS COMO MIEMBRO ACADÉMICO TITULAR EN EL TRIBUNAL ELECTORAL UNIVERSITARIO, TEUNA, DE CONFORMIDAD CON LA NORMATIVA VIGENTE.
- B. ACUERDO FIRME.

**V. 30 de marzo del 2007  
SCU-458-2007**

ARTÍCULO II, INCISO V, de la sesión ordinaria celebrada el 29 de marzo del 2007, acta No. 2832, que dice:

**RESULTANDO QUE:**

1. Mediante oficio de fecha 4 de diciembre del 2006, la señora Rosa María Vega Campos, Jefa de Área a.i. de la Comisión Permanente de Gobierno y Administración de la Asamblea Legislativa, remite el proyecto de "*Ley de fortalecimiento de la mejora regulatoria y simplificación de trámites*" expediente N° 16.266, publicado en La Gaceta No. 160 del 22 de agosto del 2006.
2. Mediante oficio SCU-C.ATI-054-2007 de fecha 6 de febrero del 2007, se solicita criterio a la M.Sc. Elizabeth Aedo Cubero, Contralora Universitaria, Lic. Gerardo Solís Esquivel, Director de la Asesoría Jurídica, y Lic. Ada Cartín Brenes, Directora de la Proveduría Institucional.
3. Por oficio SCU-C.ATI-055-2007 del 6 de febrero del 2007 se solicita criterio al Dr. Leiner Vargas Alfaro, Vicerrector de Desarrollo.
4. Se recibió respuesta de la Contraloría Universitaria, oficio C.021-2007 del 14 de febrero del 2007, Proveduría Institucional, oficio PI-D-164-2007 del 15 de febrero del 2007 y de Asesoría Jurídica, oficio AJ-D-105-2007 del 20 de febrero del 2007.

## CONSIDERANDO QUE:

1. El proyecto de Ley de “Fortalecimiento de la mejora regulatoria y la simplificación de trámites”, expediente N°16.266, hace énfasis en la necesidad de mejorar y agilizar el sistema de los trámites que los interesados, principalmente el sector privado, interpongan ante la administración pública, entendida ésta en su sentido amplio, no solo la administración central sino toda aquella que de una u otra forma despliegue actos administrativos, en aras de dar cumplimiento al principio constitucional de eficiencia administrativa.
2. La propuesta de Ley es un documento oficial de la Asamblea Legislativa, por ello, este Consejo considera inconveniente el abordaje de causa-efecto de la corrupción que se hace en la exposición de motivos, pues posibilita la interpretación de manera inadecuada. Se solicita revisar el texto mencionado.
3. Los artículos 7 y 8 del cuerpo normativo propuesto comprometen la autonomía universitaria, ya que, por mandato constitucional, ninguna ley debe someter a la Universidad a acatar disposiciones del Ministerio de Economía, en detrimento de las decisiones propias de la vida académica. En razón de lo anterior, se debe hacer explícita en el articulado la excepción para las Universidades.
4. Específicamente sobre el articulado de la propuesta, este Consejo Universitario tiene las siguientes observaciones:

Artículo 5: Desde una óptica jurídica, los principios recogidos en los incisos a y b, no se ajustan al contenido y significado que los mismos implican. Su lectura permite calificarlos como “objetivos”. En el inciso c), está ausente el principio de seguridad y certeza jurídica, aclarando que el principio de legalidad que se menciona, constituye uno de los pilares para el logro de los demás principios indicados.

Artículo 6: Partiendo de que los objetivos expuestos abarcan tanto los generales como los específicos, los incisos 1, 2 y 3 están dirigidos a un mismo objetivo, a saber: promover un nuevo marco jurídico en el campo de interés, lo cual implicaría, entre otros, la revisión del ordenamiento existente.

En el inciso 4 es prudente que se categorice por orden de jerarquía las formas regulatorias expuestas, sea ley, reglamento y decreto ejecutivo. Adicionalmente, es importante tener en cuenta que esa enumeración encasilla y limita para dictar regulaciones, obviando otras formas, como podría ser en este caso, las directrices. Debería estimarse la posibilidad de dejar abierto cualquier medio mediante la eliminación de esos términos; o bien, agregar “o cualquier otra forma legal”, máxime si tomamos en consideración la obligación fijada en el inciso 1 del artículo 7, cual es la elaboración en sus planes anuales de trabajo, de programas de mejora regulatoria y simplificación de trámites, que por su naturaleza podría implicar el dictado de actos de menor jerarquía a la ley, reglamento y decreto ejecutivo supra mencionados.

En el inciso 5 se mezclan dos objetivos: la capacitación de recurso humano y el fomento de una cultura en la temática aquí tratada.

Artículo 7: Está ausente una referencia a la obligatoriedad de la Administración Pública y de sus funcionarios, de aplicar los procedimientos establecidos, so pena de incurrir en indisciplina en caso de omisión.

Artículo 8: Reforma el actual artículo 20 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Esta ley, entre otras cosas, pretende dotar a la Unidad Técnica de Apoyo de la Comisión de Mejora Regulatoria de mayor “jerarquía” y competencias, de forma tal que deje de ser una unidad técnica y pase a constituirse en una “dirección”. Se debe analizar en forma muy detallada si efectivamente es necesario la creación de una dirección y asignarle mayores recursos, para la ejecución de un proceso, -la simplificación-, que en teoría no debería ser una instancia, sino más bien un objetivo o proyecto. Se debe valorar si la simplificación de trámites requiere de la creación de instancias u órganos burocráticos o por el contrario puede establecerse otro tipo de formas de organización más ágiles y flexibles que garanticen el proceso.

Adicionalmente, la reforma al artículo 20 de la Ley de Promoción de la Competencia y la Defensa Efectiva del Consumidor se debe revisar a la luz de lo dispuesto en el ordinal 18 de ese cuerpo legal. Lo anterior por cuanto el numeral 18 crea la Comisión de Mejora Regulatoria, como órgano consultivo de la Administración Pública, adscrito al Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Por su parte, el 20 de cita establece una unidad técnica de apoyo a esa Comisión, con funciones meramente operativas.

Tal y como se mencionó, la propuesta actual está creando una dirección de mejora regulatoria y simplificación de trámites, dejando no solo vigente la comisión regulada en el ordinal 18 actual, sino con funciones similares. Además, si se insiste en la creación de la dirección, debería mencionarse su integración, la cual es regulada actualmente en el artículo 20 para la Unidad de Apoyo y 19 para la Comisión, todo en relación con la indicada en el artículo 12 del proyecto.

5. En relación con las reformas que se propone en el proyecto a la Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos, nos permitimos manifestar lo siguiente:

ARTÍCULO 10: Al ordinal actual se separa y distribuyen las causales de faltas graves y faltas gravísimas, mismas que se adicionan. No obstante, es importante hacer referencia a la reconocida como 2.b: “No aplicar la evaluación costo-beneficio de la regulación cuando corresponda”; lo anterior por cuanto dentro de la reforma no queda claro la forma o momento en el cual el funcionario que aplica la ley podría incurrir en ese ilícito. Tómese en cuenta que el artículo 12 define esa evaluación como una acción previa, obligatoria y necesaria a una regulación dirigida en el norte que nos ocupa y no a la aplicación misma de la ley, reglamento o decreto.

Los ordinales 11 hasta el 14 se adicionan a la actual ley.

ARTÍCULO 11: Por la obligatoriedad que implica el ejercicio de la potestad disciplinaria, es necesario modificar el término “podrán” que consta en el primer párrafo del artículo por el vocablo “deberá”. Esta no es una competencia discrecional sino propia de un órgano determinado (colegial o unipersonal).

En el inciso a) y b), punto uno, eliminar “o bien”.

En el inciso a.2, debería revisarse la condición de “publicación en La Gaceta” que se expone. En todo régimen disciplinario debe existir una coherencia sistemática, fundamentada en principios de razonabilidad y proporcionalidad. Es decir, la sanción a aplicar debe ser razonable y proporcional a la falta cometida, lo que a su vez concluye en

una coherencia legal-reglamentaria de que se está aplicando la medida que realmente corresponde.

Esa misma coherencia sistemática implica que a mayor falta cometida, mayor sanción, precisamente por los daños (en sentido amplio) que el individuo (en este caso, el funcionario público) genera con su accionar. En el caso que nos ocupa, se obliga la publicación en el Diario La Gaceta de una sanción menor, no así con la máxima expresión sancionatoria que posee el patrono, sea, el despido sin responsabilidad patronal. Además, esa medida sancionatoria podría entrar en un conflicto de derechos fundamentales, como sería la privacidad de la persona versus el derecho de publicarla, aún como se dijo siendo o no de menor rango. Dicha situación no ocurre y se diferenciaría de una sentencia judicial firme, donde ya se han agotado todas las instancias judiciales pertinentes. Debemos recordar que las sanciones administrativas podrán ser recurridas ante los Tribunales de Justicia, lo que de no comprobarse, eventualmente podría conllevar efectos administrativos y pecuniarios.

6. La aprobación de la propuesta de Ley que nos ocupa debe considerar el tiempo requerido para su implementación, ya que la simplificación de trámites requiere la automatización de procesos, capacitación y cambio cultural, requisitos que requieren de una fuerte inversión de tiempo y de recursos presupuestarios para hacer viable lo exigido por ese cuerpo normativo.
7. Estudio realizado por la Comisión de Análisis de Temas Institucionales, basado en los documentos antes citados y otros anexos al expediente.

**ACUERDA:**

- A. MANIFESTAR A LOS SEÑORES LEGISLADORES QUE LA UNIVERSIDAD NACIONAL ESTÁ DE ACUERDO EN QUE SE EMITAN REGULACIONES ORIENTADAS A LA SIMPLIFICACIÓN DE LOS TRÁMITES EN EL SECTOR PÚBLICO.
- B. REQUERIR A LOS SEÑORES LEGISLADORES LA INCORPORACIÓN DE LA EXCEPCIÓN PARA LAS UNIVERSIDADES ESTATALES Y LAS MUNICIPALIDADES EN LOS ARTÍCULOS 7 Y 8.
- C. SOLICITAR A LA ASAMBLEA LEGISLATIVA QUE SE REVISE LA EXPOSICIÓN DE MOTIVOS PARA QUE EN LA REDACCIÓN DE ESE PUNTO SE JUSTIFIQUE LA NECESIDAD DE SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES DE MANERA MÁS TÉCNICA, OBJETIVA Y RESPETUOSA.
- D. RECOMENDAR A LA ASAMBLEA LEGISLATIVA QUE SE CONSIDEREN LAS OBSERVACIONES AL RESTO DEL ARTICULADO DE LA PROPUESTA DE LEY DE FORTALECIMIENTO DE LA MEJORA REGULATORIA Y LA SIMPLICACIÓN DE TRÁMITES.
- E. DE APROBARSE ESTA LEY, CONSIDERAR EL TIEMPO REQUERIDO PARA SU IMPLEMENTACIÓN, EN RAZÓN DE LA INVERSIÓN DE TIEMPO Y DE RECURSOS PRESUPUESTARIOS REQUERIDOS PARA PONERLA EN EJECUCIÓN.
- F. ACUERDO FIRME.

**VI. 30 de marzo del 2007  
SCU-466-2007**

ARTÍCULO II, INCISO II, de la sesión ordinaria celebrada el 29 de marzo del 2007, acta No. 2832, que dice:

**RESULTANDO QUE:**

1. En la sesión ordinaria celebrada el 16 de febrero del 2006, acta No. 2734, según el artículo segundo, inciso II, con el que se modificó el acuerdo de reorganización académico administrativa de la Sede Región Brunca, se establecieron las funciones del Delegado Institucional de esa Sede.
2. En la sesión ordinaria celebrada el 16 de febrero del 2006, acta No. 2734, según el artículo segundo, inciso III, comunicado en el oficio SCU-156-2006, del 17 de febrero del 2007, el Consejo Universitario acordó:

“A. APROBAR LOS SIGUIENTES INCENTIVOS SALARIALES TEMPORALES PARA EL DELEGADO INSTITUCIONAL DE LA SEDE REGIÓN BRUNCA:

1. UTILIZAR COMO BASE DE REFERENCIA PARA DEFINIR EL SALARIO BASE DEL PUESTO DE DELEGADO INSTITUCIONAL DE LA SEDE REGIÓN BRUNCA, UN MONTO EQUIVALENTE AL SALARIO BASE ESTABLECIDO PARA LA CATEGORÍA DE CATEDRÁTICO.
  2. SOBRE DICHO MONTO SE CALCULARÁN LOS DEMÁS PLUSES SALARIALES: ANUALIDADES Y DEDICACIÓN EXCLUSIVA.
  3. OTORGAMIENTO DE HOSPEDAJE DURANTE EL PERÍODO DE NOMBRAMIENTO.
  4. PARA EL RECONOCIMIENTO DE ZONAJE EQUIVALENTE AL 15% DEL TOTAL DE VIÁTICOS CORRESPONDIENTE A VEINTIÚN DÍAS HÁBILES, SE DEBERÁ CUMPLIR CON LO ESTABLECIDO EN LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE.”
3. El Consejo Universitario, según el artículo tercero, inciso único, de la sesión ordinaria celebrada el 1 de febrero del 2007, acta No. 2815, acordó:

“A. SUSPENDER LA EJECUCIÓN DE LOS ACUERDOS RELACIONADOS CON EL PROCESO DE REORGANIZACIÓN, ORDENADO POR ESTE CONSEJO SEGÚN, ACTA 2689 DEL 11 DE AGOSTO DEL 2005, ACTA 2734 DEL 16 DE FEBRERO DEL 2006 Y ACTA 2774 DEL 27 DE JULIO DEL 2006. POR CONSIGUIENTE SOLICITAR AL RECTOR QUE TOMA LAS MEDIDAS ADMINISTRATIVAS REQUERIDAS PARA SUSPENDER LA EJECUCIÓN DEL PROCESO DE REORGANIZACIÓN, CAUTELANDO MANTENER EL NORMAL FUNCIONAMIENTO DE LA SEDE...”

4. Mediante resolución R-435-R-2007, de fecha 27 de febrero del 2007, el señor Rector, Dr. Olman Segura Bonilla, solicita al Consejo Universitario modificar las funciones del puesto de Delegado Institucional, para que ejecute del Proyecto Iniciativas de Desarrollo del Sur, a partir del 7 de febrero del 2007. Adicionalmente se solicita mantener la propuesta de incentivos salariales temporales indicados en el punto dos de estos resultandos.

**CONSIDERANDO:**

1. El Proyecto Iniciativas de Desarrollo del Sur, obtiene su financiamiento de los recursos aportados por el Fondo del Sistema de CONARE, cuyo objetivo principal es atender el tema

de regionalización interuniversitaria. Este proyecto responderá a las políticas y prioridades institucionales y a las necesidades de las regiones de Corredores, Buenos Aires, Coto Brus, Golfito y Osa.

2. Para la gestión del proyecto así como de los recursos se requiere designar un funcionario de la Universidad Nacional, medida que fortalece la presencia permanente de la Institución en la zona. En este sentido, la Rectoría considera necesario mantener el puesto de Delegado Institucional de la Sede Región Brunca, modificando las funciones originales aprobadas por este Consejo, según consta en el acta No. 2734 del 16 de febrero del 2006.
3. Las funciones que deberá desempeñar el Delegado Institucional de la Sede Brunca serán las siguientes:
  - a. Colaborar con el Rector en el desarrollo del proyecto de regionalización en el Sur de Costa Rica, con recursos del Fondo del Sistema de CONARE.
  - b. Constituirse en interlocutor y colaborador directo en la ejecución de los programas y proyectos de regionalización Sur-Sur que ejecuta la Universidad Nacional.
  - c. Crear las condiciones, siguiendo las directrices del Rector, para la puesta en marcha de la estructura de los distintos proyectos productivos a ejecutar.
  - d. Velar por que los proyectos a desarrollar en la zona sur sur respondan a las políticas y prioridades institucionales y a las necesidades de las regiones de: Corredores, Buenos Aires, Coto Brus, Golfito y Osa.
  - e. Proponer al Rector el nombramiento de los integrantes del “equipo de trabajo” que se constituirá como comisión regional para el desarrollo del proyecto de regionalización en el sur.
  - f. Orientar e integrar, bajo las directrices de la Rectoría el “equipo de trabajo” responsable de la definición y ejecución de los proyectos a desarrollar en el marco de la regionalización SUR-SUR.
  - g. Dirigir, en consulta con el Rector, el proceso de planificación y gestión del proyecto de regionalización SUR-SUR.
  - h. Promover el desarrollo de proyectos y programas a ejecutar en el marco de la regionalización SUR-SUR en coordinación con otras universidades y miembros de las comunidades de la región.
  - i. Coordinar con personal del Campus Coto y Campus Pérez Zeledón la ejecución de proyectos que vinculen su quehacer académico.
  - j. Presentar ante la Rectoría para su aprobación, la distribución presupuestaria que da soporte a los diferentes proyectos a ejecutar.
  - k. Velar acuciosamente por la buena administración del presupuesto asignado
  - l. Representar a la Universidad en sus relaciones con las demás autoridades universitarias e instituciones científicas y culturales en el marco del proyecto de regionalización.
  - m. Velar por el buen funcionamiento del proyecto de regionalización y su vinculación con la docencia, investigación y extensión de la Sub-sede Coto.
  - n. Planificar, sistematizar y evaluar los proyectos en conjunto con los responsables de cada uno de ellos.
  - o. Velar por el cumplimiento de la ejecución por parte de cada uno de los responsables de los proyectos a desarrollar.
  - p. Presentar al Rector informes de avance y seguimiento al menos trimestralmente o cuando sea requerido por el señor Rector.
  - q. Diagnosticar y proponer al señor Rector la creación, transformación o supresión de los proyectos en el marco de la regionalización SUR-SUR.
  - r. Ejercer otras funciones que por normativa institucional o por solicitud expresa del

señor Rector le correspondan.

4. Que la Rectoría solicita la modificación de funciones con fecha de vigencia a partir del 7 de febrero del 2007. En este sentido se justifica la retroactividad, de conformidad con lo establecido en el artículo 142, inciso, 2 de la Ley General de la Administración Pública, que a la letra dice:

“Artículo 142, inciso 2. Para que produzca efecto hacia el pasado a favor del administrado se requerirá que desde la fecha señalada para el inicio de su efecto existan los motivos para su adopción, y que la retroacción no lesione derechos o intereses de terceros de buena fe.”

5. El análisis de la Comisión de Asuntos Económicos y Administrativos.

**ACUERDA:**

- A. APROBAR LAS MODIFICACIONES A LAS FUNCIONES DEL PUESTO DE DELEGADO INSTITUCIONAL EN LA SEDE REGION BRUNCA, SEGÚN SE INDICA EN EL PUNTO 3 DE LOS CONSIDERANDOS DE ESTE ACUERDO, A PARTIR DEL 7 DE FEBRERO DEL 2007.
- B. MANTENER LOS INCENTIVOS SALARIALES TEMPORALES PARA EL DELEGADO INSTITUCIONAL DE LA SEDE REGIÓN BRUNCA, SEGÚN SE INDICA EN EL OFICIO SCU-156-2006.
- C. ACUERDO FIRME.