



**“La transformación de los procesos de gestión de la información en la  
Universidad Católica de Santa Fe a partir de la incorporación de las  
nuevas tecnologías”**

**Las herramientas del cambio**

Autores

**Psicop. Susana G. Vitale**

Email: [svitale@ucsf.edu.ar](mailto:svitale@ucsf.edu.ar)

**Téc. Lidia B. Freyre**

Email: [lidiafreyre@gmail.com](mailto:lidiafreyre@gmail.com)

## INDICE

1. Carátula.....	1
2. Índice.....	2
3. Resumen.....	3
4. Introducción.....	4
5. Impacto de las nuevas tecnologías en la gestión de la información en las universidades.....	6
6. El caso de la Universidad Católica de Santa Fe.....	8
7. Propuesta de un modelo de gestión de la información interna.....	13
8. Bibliografía.....	15

## **Resumen**

La gestión de la información y los procesos de comunicación institucional constituyen uno de los pilares fundamentales en el desenvolvimiento de la vida de las universidades. A partir de la década del 80, estos procesos sufrieron importantes cambios en todo el mundo debido a la incorporación de las nuevas tecnologías.

A través del siguiente trabajo comunicaremos los procesos de gestión de la información, a partir de la incorporación de las nuevas herramientas que ofrecen las tecnologías. Presentando nuestra experiencia desde la Universidad Católica de Santa Fe, las fortalezas y debilidades del modelo de gestión en vigencia. Y proponiendo un diseño de gestión de estos procesos que contemple un uso adecuado de, lo que se considera, las principales herramientas del cambio: correo electrónico, Web y mensajería.

## **Resumo**

A gestão da informação e os processos de comunicação institucional constituem um dos pilares fundamentais no desenvolvimento da vida das universidades. A partir da década de 80, esses processos sofreram importantes mudanças em todo o mundo devido à incorporação de novas tecnologias.

Através do seguinte trabalho comunicaremos os processos de gestão da informação, a partir da incorporação das novas ferramentas que a tecnologia oferece. Apresentando a nossa experiência na Universidade Católica de Santa Fe, as fortalezas y fraquezas do modelo de gestão em vigor. E propondo um desenho de gestão destes processos que contemple um uso adequado de, o que se considera, as principais ferramentas da mudança: correio eletrônico, Web e mensagens.

#### **4. Introducción**

El experto en nuevas tecnologías Nicholas Negroponte ha expresado recientemente que: "Cualquier tecnología unida a la ciencia produce un cambio en la forma de vivir y de entender la realidad. En los últimos años se ha producido un intenso y acelerado conocimiento del universo y además la tecnología ha permitido la transformación de este mundo y de los propios seres humanos". (1)

Los años 80 marcaron un antes y un después en lo que a comunicaciones y acceso a las informaciones se refiere. Esta nueva era tecnológica transformó el planeta en todas sus dimensiones, afectando las organizaciones, su estructura y funcionamiento.

"Cada nueva tecnología impone una nueva cultura, transforma los modos de relacionarse, informarnos, educarnos, entretenernos y hacer negocios", afirman Orihuela Colliva y Santos Pascualena. (2)

Si bien esta transformación fue a nivel mundial, no se dio al mismo tiempo, ni con el mismo ritmo en todos los continentes. Los países de América del Sur sufren el destiempo y lentitud para acceder a estas tecnologías. Estas diferencias se deben, principalmente, a las diferentes capacidades económicas entre los países desarrollados y los subdesarrollados. Lo que provoca que la comunicación a través del ordenador no esté instalada, todavía, en todos los hogares. Pero su uso se expande a tasas extraordinarias, y se presume, que tal cual como ocurrió con el fenómeno de la televisión, en un futuro próximo, todos tengan acceso a ella.

#### **Notas**

(1) Martínez, Gema, "Del boca a boca a la revolución del Internet", en Revista Muy Interesante No. 48, pag. 26, Julio-Agosto de 2000, GyJ España Ediciones. Madrid (Esp.)

(2) José Luis Orihuela Colliva y María Luisa Santos Pascualena "Guía para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital", en José Ignacio Bell Mallén (Coord.), Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones, pág. 397, en "La Gestión de la nueva comunicación interna". Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación

interna de las universidades de la Comunidad Valenciana. Universitat Jaume, Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad. Tesis Doctoral presentada por Francisco Fernández Beltrán, pág. 209.

Esta situación marca una división "digital" entre los países ricos y los pobres, dado que la mayor parte de ellos, con niveles medios de acceso a las nuevas tecnologías pertenecen al grupo de países pobres, en vías de desarrollo.

Las universidades fueron unas de las primeras en acceder a la informática, explotando las capacidades que ofrece para investigar y comunicar conocimientos. Luego las utilizaron en su comunicación interna.

## **5. El impacto del cambio en la institución universitaria**

Es indudable que, las universidades de todo el mundo transitaron un momento de transformación y de cambio profundo, a raíz de la incorporación de estas nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, y evolucionaron hacia un mundo universitario cada vez más virtual. Para poder llevar adelante este nuevo proceso de transformación, las universidades debieron apoyarse en el uso de las nuevas Tecnologías de la información y las comunicaciones como un nuevo elemento acelerador de cambio. Desde el momento en que las nuevas tecnologías se introdujeron en la universidad, se produce un proceso de evolución que va desde la gestión universitaria tradicional hacia la nueva gestión digital. Este cambio le permitirá comunicar conocimientos más rápidamente, mejorar su capacidad de innovación y a su vez enfrentar el grado cada vez más complejo que caracteriza al nuevo entorno en el que las universidades deben desempeñar su papel.

La Universidad, en este sentido, se ha convertido en un agente destacado en el desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento.

El nuevo contexto en que desempeñan su labor cotidiana exige la implementación de un enfoque estratégico distinto que promueva cambios en sus procesos de gestión de la información tanto interna como externa.

La Gestión de la información en la institución universitaria constituye uno de los ejes estratégicos de la Educación Superior. Para poder medir el alcance y predecir la evolución relacionada con la incorporación de las TIC, todas las universidades del mundo están desarrollando planes de cooperación internacional entre si, para la implantación de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. La gestión de la universidad deberá basarse no solo en estas tecnologías y sistemas de información sino además en buscar herramientas de cambio que le permitan llevar a cabo una gestión más eficiente.

Surge entonces una nueva función de la universidad, la de la universidad como empresa, por lo que deberán proveerse de las nuevas tecnologías de la información y de

la comunicación para ser globalmente competitivas y localmente comprometidas con su misión, y poder llevar adelante este proceso de paso del antiguo paradigma donde las universidades contaban con grandes sistemas monolíticos, al nuevo paradigma, basado en el desarrollo de servicios que se convertirán posteriormente en el centro de sus actividades.

## **6. El caso de la Universidad Católica de Santa Fe**

Las instituciones universitarias son unas de las más antiguas organizaciones que existen, y que han demostrado a través del tiempo tener una gran capacidad de adaptación al cambio. Atravesado muchos períodos de continuidad y pasividad respecto de la evolución de sus procesos y métodos y otras etapas de fuerte transición reformadora. Podemos asegurar que desde los años 80, debido al cambio tecnológico, las universidades enfrentan una de las situaciones que requieren mayores cambios, y que afecta sus procesos de gestión.

### **Universidad Católica de Santa Fe**

#### **Ubicación Geográfica**

País: Argentina

Provincia: Santa Fe (región litoral)

Ciudad: Santa Fe

#### **Características propias**

Fundada en 1959, cuenta hoy con algo más de cincuenta años de vida, por lo que podría decirse que, respecto de otras universidades argentinas, la Católica de Santa Fe, es una de las universidades más jóvenes.

Es una universidad de gestión privada, no recibe aportes del estado.

Su fundación marcó el inicio de un camino ininterrumpido, en cuanto a crecimiento en estructura edilicia, a ofertas académicas y a servicios, brindando a la sociedad más de 10.400 profesionales.

En la actualidad cuenta con sedes en las ciudades de Rafaela y Reconquista, prov. de Santa Fe y en la ciudad de Posadas, prov. de Misiones.

#### **Nuestro caso**

Producto de un proyecto político universitario, a fines de los años 80 la universidad católica de Santa Fe comenzó a incorporar personal capacitado en informática y equipos. Comenzando a planificarse la futura área de informática.



Una década después, se continuó con la adquisición de equipos y se comenzó a preparar al personal administrativo. Se puede observar que pasaron 10 años entre la adquisición de los primeros equipos y el encuentro con quienes serían sus usuarios. Este lapso de tiempo respondió a la falta de una política que priorizara la incorporación de las nuevas tecnologías y a la falta de recursos económicos para afrontarlo. Estas son las diferencias en tiempo y ritmo con respecto a otros países, a las que hacíamos referencia en la introducción de este trabajo.

Hasta este momento toda la comunicación interna y externa se realizaba manualmente, los únicos soportes tecnológicos eran el teléfono y las máquinas de escribir.

Los gastos anuales en papel blanco eran enormes y el tiempo que llevaba el tipiado de las notas, las entregas personales y los envíos por correo postal podía calcularse en meses.

Era necesario un cambio tecnológico para acompañar el crecimiento de nuestra institución.

No fue difícil vislumbrar el futuro que tendría la incorporación de las Pc. En ese momento se entendió como ventaja el hecho de que el personal en general presentaba el mismo nivel de preparación (nulo), se creyó que al tener que empezar todos de 0 sería más fácil.

A fines de 1995 se instalaron las computadoras en las oficinas. El personal recibió un corto curso de instrucción.

Esta etapa se caracterizó por el temor a oprimir la tecla incorrecta, a quemar el equipo, y sobre todo a no saber qué hacer con él. En ese momento, la mayoría de los empleados sólo tomaba contacto con las computadoras en el trabajo, ya que los precios de estos equipos los hacían imposibles de adquirir en forma particular.

Este temor también se vio reflejado en los profesores que se sentían obligados a aprehender esta tecnología para no quedarse en el tiempo. Pero no podemos dejar de mencionar que también muchos se sintieron, por el contrario, tentados ante las nuevas posibilidades y al igual que un autodidacta se sumergieron en los ordenadores explorando el nuevo mundo.

Comenzamos utilizando las computadoras como máquinas de escribir, y nos asombrábamos cada vez que presionábamos la tecla equivocada y con solo presionar “delete” podíamos borrar y volver a escribir, al igual que para hacer copias, con sólo

aumentar el número de copias en la ventana de la impresora obteníamos el número deseado, y todas parecían originales.

### **e-mail**

Pero sin duda la aplicación más revolucionaria fue el correo electrónico. En el año 1999 se instala el servicio de correo electrónico propio de la universidad Católica de Santa Fe. Permitiendo la comunicación con todos los usuarios de la universidad en su sede Santa Fe y con cualquier usuario externo, y más tarde incluyendo las otras sedes.

El uso del e-mail transformó la comunicación. Anteriormente la comunicación era jerárquica, en sentido ascendente y descendente. El e-mail modificó esta situación y ubicó la comunicación interna en un mismo nivel, sin jerarquías.

Los beneficios de la implementación fueron muchos, los mails enviados a todos los empleados llegaban con un solo click y a pesar de las distancias las cuatro sedes se conectaron y conseguimos lograr una sensación de unidad gracias a la rapidez con que circulaba la información.

Con el tiempo y con el personal ya familiarizado con el uso de este servicio comenzamos a observar algunos inconvenientes.

Uno de los problemas fue el volumen de tráfico. Los spam o correos basura externos, la circulación de cadenas de oración, o de cualquier otro tipo, las propagandas, ofrecimientos de cursos, etc., y el uso de las casillas institucionales para fines personales. La suma de estos factores provocó muchas veces la saturación del servicio.

Otro de los problemas fue el uso indiscriminado. Todo se envía por mail, documentos, notas, información confidencial de la institución, etc. En este sentido hay que tener muy en cuenta la seguridad que requiere cada documentación. Los e-mail pueden ser modificados y reenviados a cualquiera, esto permite por ejemplo que información confidencial sea reenviada infinidad de veces y con destinos inciertos.

Otro inconveniente se presentó con la redacción utilizada en los correos.

Esto nos indica la necesidad de contar con pautas claras y específicas que reglamenten el uso de este servicio para que sea un beneficio y no una traba en el día a día de la institución.

La toma de decisiones no se puede retrasar, hacen falta políticas institucionales respecto a:

- Permitir o no el uso de la casilla de correo institucional con fines personales.
- Limitar o no las capacidades de las casillas.
- Limitar o no el envío de correos masivos, etc.

Los especialistas en marketing afirman que la redacción de un e-mail es tan importante como una nota con membrete de la institución. Es decir tanto uno como el otro hablan de la empresa.

La redacción, el tiempo verbal, la persona, etc., utilizada para redactar un e-mail a un compañero no puede ser la misma que la que se utiliza para dirigirse a un superior.

## **Web**

Al mismo tiempo se implementaron otros servicios, producto también de la innovación tecnológica: la web y la mensajería.

Jonathan Whelan afirma que "internet ha conseguido que el e-mail deje de ser una valiosa herramienta de trabajo para convertirse en un bien comercial en sí"

La web (Word Wide Web-WWW) ha aumentado de manera significativa el valor comercial de internet. Los navegadores (Explorer de Microsoft o Netscape Navigator) utilizados en los hipervínculos permiten acceder a páginas web con la información buscada sin ningún esfuerzo.

Debido al avance de la web en el mundo, hoy podemos decir que es indispensable para una empresa o institución tener su propio espacio en la web, tener su página, e incluir la dirección web en la papelería con membrete.

### Aplicaciones de la página

La página web no solo es la cara virtual de una empresa o institución. Por el contrario las páginas permiten obtener información institucional actualizada, información de las carreras de grado que se ofrecen, las de post grado, los cursos, envío de consultas vía e-mail, ofertas laborales, etc.

La página web de la Universidad Católica de Santa Fe ([www.ucsf.edu.ar](http://www.ucsf.edu.ar)) permite además consultar programas de cátedras, horarios de cursado, fechas de exámenes,

comunicación de eventos, acceso al sistema de gestión remota para la inscripción de los alumnos a los exámenes finales, consultas sobre estado académico, etc.

Los beneficios de tener una página web bien estructurada son muchos, pero para que esta herramienta sea funcional debe contar con un recurso humano. Este recurso debe ser el encargado de la actualización en cuanto a subir noticias, bajarlas, etc. Por más que tengamos una página web, a la vista muy atractiva, ésta no sirve si no se cuenta con el personal para mantenerla. Es importante tener en cuenta que toda la vida de la institución debe estar reflejada en la página.

### **Mensajería**

La mensajería es la tercera herramienta que nos introdujo en la revolución tecnológica. Nuestra universidad implementó en el año 2.000 el sistema de gestión académica. Este sistema posee una base con todos los datos personales y académicos de los alumnos, y contempla aplicaciones innumerables (informes, certificados, seguimientos, inscripciones, trámites académicos). Tiene varias entradas, que permiten cruzar datos. Permite el acceso a base de datos de la biblioteca y a Mensajería.

La mensajería nos facilita la comunicación rápida con docentes y alumnos. Contempla el envío interno y externo de mensajes. El interno tiene la característica de limitar el mensaje en caracteres, porque su función sólo es la de pasar un mensaje.

La mayor utilidad se presenta cuando los alumnos o docentes están en el edificio de la universidad.

Posee la opción de enviar el mensaje a un docente o a un equipo de cátedra determinado, o a todos. Lo mismo que a los alumnos, a uno, a toda la comisión, a todos los alumnos de una carrera, o a todos los de la Facultad.

Al comienzo expusimos como ventaja el nivel 0 de preparación de los empleados cuando comenzamos a informatizarnos, pero la experiencia nos demostró que ese nivel 0 requería de mucha más preparación de la que se brindó.

La capacitación del personal es un tema muy importante que no puede desatenderse, puesto que en ellos se apoya el mayor caudal de trabajo de la institución.

## **7. Propuesta de un modelo de gestión de la información interna**

Ajustes necesarios para su implementación eficaz

El modelo que proponemos tiene tres pilares:

- 1- capacitación del personal
- 2-normativa interna de uso
- 3-acceso a la tecnología

1- El principal problema para el ingreso de las TIC en las universidades sigue siendo la falta de formación de los empleados, el grado de conocimiento y las habilidades para su utilización por parte de ellos. La experiencia nos demostró que un curso no basta, es necesario diseñar un proyecto de capacitación continua que contemple desde el uso de la herramienta, la seguridad y hasta la redacción de un e-mail. Para esto, es importante y necesario, rediseñar las funciones y las tareas de los empleados encargados de llevar a cabo la ejecución así como implementar estrategias que generen aptitudes positivas.

2-Es necesario contar con una legislación interna para el uso de estas herramientas. Tanto el e-mail, la web como la mensajería hablan de nuestra institución. Por lo que se deben establecer criterios con respecto a todos los temas a publicar o comunicar por estos medios.

3-Acceso a tecnología. Es necesario contar con equipos actualizados, y con los complementos que éstos requieren. Contar con personal capacitado para mantener y actualizar los sistemas.

### **Trabajar en grupo para lograr una comunicación eficaz (software colaborativo)**

El trabajo en grupo requiere de una tecnología de colaboración para la realización de las tareas.

Es común que la actividad de las universidades esté organizada en turnos (ej. mañana y tarde), por lo que es necesario que todos los empleados, sin distinción de turno, accedan a las mismas novedades o informaciones. Para ello se propone la creación de una casilla de correo interna que involucre al grupo de trabajo.

La primera actividad que deberá realizar el personal al comienzo de la jornada de trabajo será la lectura del correo electrónico, de esta forma accederá a las novedades del día.

-Disco de uso compartido

La documentación digital institucional debe ser archivada ordenadamente en un mismo disco. Se fijaran criterios para el archivo, los que deberán ser conocidos por todos los integrantes del equipo de trabajo.

-Sistema digital de seguimiento para los trámites en papel

-Diseño de un sistema informático para el seguimiento de los trámites en papel, de esta forma es posible verificar día a día la prosecución de un trámite solo con un click.

-Agenda digital del equipo de trabajo

Permite a todos visualizar los eventos del día o semana y proceder en consecuencia. Al igual que el correo, se debe acceder a la agenda al comienzo de la jornada laboral.

-Sistema digital de gestión de proyectos

Sistema digital de gestión de proyectos para organizar y realizar el seguimiento hasta que finaliza.

Gráfico N° 1:

Fuente: elaboración propia

## 8. Bibliografía

Alonso Ruiz Jaime, Blanco Sonia y otros,(2005): *“El Ecosistema Digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet”*. Servei de Publicacions de la Universitat de València , Valencia.

Castells Manuel, (2006): *“La Sociedad Red”*, Editorial Alianza, España.

Castells Manuel, (2002): *“La era de la información”*, Vol. I, Editorial Alianza, España.

Whelan Jonathan, (2000): *"e-mail en el trabajo"*. Editorial Prentice Hall, España.

(2008): *Libro Blanco de la Universidad Digital 2010*. Editorial Ariel, S.A., Barcelona (España) y Fundación Telefónica, Madrid (España).