

## Ciencia, información y comunicación.

Science, information and communication.

### **BALAREZO Naldo\***

\*Profesor Principal, Facultad de Estomatología , Universidad Peruana Cayetano Heredia.  
Jefe de la Oficina de Información Científica y Tecnológica , Universidad Peruana Cayetano Heredia

La naturaleza ha dotado a los seres humanos de algunos atributos que los diferencian de los otros seres vivos; uno de ellos es la creatividad, es decir la capacidad de generar nuevas ideas, nuevos conocimientos; para que estos nuevos conocimientos sean útiles a la humanidad deben ser divulgados a la comunidad científica y a través de ella a la sociedad, para que produzcan cambios que ella acepte, adopte y use dando lugar a un desarrollo sostenible.

El mundo actual se caracteriza por la globalización, por la competitividad y los permanentes cambios tecnológicos; en el proceso de desarrollo e integración de los países del tercer mundo, las tecnologías de información y comunicación son cada vez más importantes. El mundo académico, científico y tecnológico está haciendo uso de estas tecnologías como un medio de potenciar la investigación y de difundir sus hallazgos.

Una característica de la investigación científica es que debe ser susceptible de verificación para determinar su validez; por ello es indispensable que los científicos e investigadores comuniquen los resultados de su trabajo mediante la publicación de un artículo en el que se expone el objeto de su trabajo, los métodos utilizados, los resultados, las conclusiones y las referencias de la literatura científica consultada. El artículo enviado a una revista es analizado por un comité editorial que opina sobre él, orientando al editor para la aceptación o rechazo del trabajo.

El crecimiento significativo del conocimiento publicado como consecuencia del desarrollo social, económico, cultural y científico de la humanidad representa un desafío para los sistemas de información. Las tecnologías de la información (TI) pueden crear ventajas competitivas y permitir la transformación de las organizaciones, pero ello depende si el sistema de información (SI) se considera un costo a un recurso estratégico. El área dedicada a informar es de servicios y constituye un importante activo de la organización, a veces con escasa evidencia mensurable de su valor pero imprescindible para la toma de decisiones.

La información contribuye al pensar estratégicamente, es decir elaborar planes y programas para alcanzar metas futuras y usar eficientemente los recursos disponibles ante el reto que significa hacer frente a un futuro complejo e incierto; ellas también ayudan a identificar

nuestras capacidades, fortalezas y debilidades.

El valor de la información no es inherente a ella; sólo tiene valor dentro de un contexto y quien se lo otorga es el usuario final. Los procesos que agregan valor a la información son aquellos que producen, enfatizan o fortalecen la utilidad de los mensajes.

En el campo de la salud la trilogía medicina-computación-comunicación ha creado toda una nueva terminología como informática médica, telemedicina, telemática para la salud, decisión médica asistida por computadora, etc. Llegando a actos médicos específicos como la teleconsulta, teleradiografía, telepsiquiatría, todo orientado a mejorar la calidad de la atención en salud. Pero ello significa introducir cambios importantes en la conducta profesional sobre como obtener nueva información, como capacitar al personal técnico y auxiliar, como trabajar con los demás colegas y como brindar mejor servicio a los clientes.

Es necesario la normalización y estandarización en la información médica para contribuir a la operatividad y compatibilidad de registros para su utilización.

En el campo institucional las modernas tecnologías de información-comunicación están creando una nueva “cultura organizacional” con un cambio de liderazgo por la jerarquía a liderazgo por el conocimiento y Los valores corporativos, basado en una filosofía de “servicio al cliente” que une a las personas, administra su talento, eleva su nivel de compromiso con la misión y objetivos de la institución, estimula el mejoramiento continuo de productos, servicios, procesos, comportamiento y tareas lo que se refleja en mejor calidad, menos costos y mayor velocidad de respuesta al mercado, es decir hacerse más competitivos.