

# La propiedad intelectual en las economías universitarias<sup>1</sup>

***The Intellectual Property in the Economy of the Universities***  
***La propriété intellectuelle dans les économies universitaires***

*Gustavo Adolfo García Arango<sup>2</sup>*

*“Como resultado de los proyectos de investigación y de desarrollo tecnológico de la Universidad y su vinculación con el sector productivo surgen productos, procesos y servicios, que pueden constituirse en una innovación, dando lugar a regalías por su comercialización y en consecuencia, a un retorno económico para la Universidad”*

*Resolución Rectoral 21985/06*  
*Universidad de Antioquia*

## Resumen

Hoy en día la propiedad intelectual ha adquirido un valor estratégico, comercial y cultural de gran trascendencia en un mundo globalizado. El presente artículo concluye que las universidades no han tomado plena conciencia de la importancia de la propiedad intelectual en sus propias economías ni de la proyección social que ésta puede tener. Para llegar a la anterior conclusión, el investigador

- 
- 1 Artículo derivado de la investigación “El papel de la propiedad intelectual y las Biofábricas de biotecnología vegetal en el desarrollo de las economías universitarias dentro del mercado mundial de las ideas”, presentada para optar al título de Especialista en Derecho Privado, de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Pontificia Bolivariana, 2006.
  - 2 Abogado de la Secretaría de Educación del Municipio de Medellín. Docente e investigador de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Antioquia; Grupo Derecho y Sociedad –Colciencias A-, línea Vida, Derecho y Ética. Filósofo Universidad Pontificia Bolivariana. Abogado Universidad de Antioquia. Especialista en Derecho Privado y estudiante de Maestría en Derecho Privado (línea Bioderecho) de la Universidad Pontificia Bolivariana. Correo electrónico: [garcia.arango@yahoo.com](mailto:garcia.arango@yahoo.com).

Este artículo fue recibido el día 11 de diciembre de 2007 y aprobado por el Consejo Editorial en el Acta de Reunión Ordinaria No. 7 del 15 de mayo de 2008.

acudió a la revisión y análisis de bases de datos nacionales e internacionales de patentes y marcas, así como de los sitios web oficiales de las universidades, lo que arrojó como resultado una radiografía de la producción intelectual en marcas y patentes solicitadas por las universidades, así como de la gran variedad de productos universitarios que tienen una relación con el tema y que son de potencial explotación institucional.

Palabras Claves: Derechos de autor, Marca registrada, Patentes, Propiedad intelectual, Universidad.

### Abstract:

Nowadays the intellectual property has acquired a strategic, commercial and cultural value of great importance in a globalized world. The present article concludes that the universities have not become fully aware of the importance of intellectual property in their own economies neither of the social projection it can have. In order to reach the previous conclusion, the researcher turned to the revision and analysis of national and international databases of patents and trademarks, as well as to the official web sites of the universities. That gave as result an x-ray of the intellectual production of trademarks and patents requested by the universities, as well as the great variety of university products that are related to the subject and that have a potential to be institutionally exploited.

Key Words: Copyright, Trade marks, Patents, Intellectual property, University.

### Résumé:

Aujourd'hui, la propriété intellectuelle a acquis une valeur stratégique, commerciale et culturelle d'une grande transcendance dans un monde globalisé. Le présent article conclut que les universités n'ont pas pris pleine conscience de l'importance de la propriété intellectuelle dans leurs économies ni de la projection sociale que cela peut avoir. Pour arriver à la conclusion précédente, le chercheur a révisé et analysé des bases de données nationales et internationales de brevets et marques, aussi bien que des sites officielles des universités. Cela a jeté comme résultat une radiographie de la production intellectuelle dans les marques et les brevets demandés par les universités, ainsi que la grande variété de produits universitaires qui ont un rapport avec le sujet et lesquels sont d'exploitation institutionnelle potentielle.

Mots Clés: Droit d'auteur, Marque commerciale, Brevets, Propriété intellectuelle, Université.

## Sumario

*Introducción. 1. Ventajas de las universidades en el mercado de las ideas.*

*2. El papel de la propiedad intelectual en las economías universitarias.*

*Conclusiones.*

## Introducción

El conocimiento, la ciencia y la tecnología han girado en torno a la economía y por tenerlos o carecer de ellos los países se han visto en una próspera economía o en un pobre desarrollo<sup>3</sup>.

Las universidades han tomado protagonismo en el nuevo mundo y han dado su contribución en el aspecto económico de varias maneras, por ejemplo, aportando capital humano capacitado, análisis y contribuciones académicas, con trabajos de extensión, generando empleo, realizando contactos y alianzas internacionales, haciendo inversión en infraestructura y tecnología, y por medio de la investigación. Esta última genera recursos por medio de las publicaciones u obras, protegidas por el Derecho de Autor y los productos o procesos con uso industrial o comercial derivados de la investigación y protegidos por la propiedad industrial.

El país se dio a la tarea de cambiar las estructuras económicas con la apertura en la década de los noventa y ahora se enfrenta a un mercado abierto a través de Tratados de Libre Comercio –TLC– con el país que le lleva mayor ventaja en I+D (investigación más desarrollo) y otras naciones de Latinoamérica y Europa. La situación es apremiante y a ello se debe el crecimiento de las adquisiciones y la

---

3 “Del mismo modo que el crecimiento tiene que ver cada vez más con el uso programado de la ciencia y la tecnología, el subdesarrollo y la pobreza tiene que ver con el conocimiento. Hace menos de diez años esto aún no parecía claro. Se pensaba que con algunos programas de asistencia (...) se podía sacar a los países del Tercer Mundo del subdesarrollo. Los países pobres pagaban asesores caros (...) Pero no organizaban la simbiosis entre la educación, la economía, la ciencia, la tecnología y la sociedad. Corea tuvo la lucidez para hacerlo y tuvo éxito. Tras ella siguieron Singapur, Tailandia, Malasia. Fueron saliendo de la pobreza, mientras países ricos, como Argentina o Brasil, se fueron hundiendo cada vez más en ella por una mala articulación de sus recursos humanos, económicos, educativos, científicos y tecnológicos”. PÉREZ LINDO, Augusto. *Mutaciones: escenarios y filosofías del cambio de mundo*. Buenos Aires: Biblos, 1998. p. 56.

gestión de fusiones con empresas domésticas y las alianzas con extranjeros, para no correr el potencial, pero dramático, riesgo de desaparecer. Este acontecer, no pasa desapercibido por las Universidades que, con menor margen de maniobra comercial, se ven avocadas a un comercio libre en casi todos los aspectos que representan un fuerte impacto económico, político, pero sobretodo, social. Las instituciones de educación superior, sean públicas o privadas, no escapan a ello. Por esta razón se requiere dotar al país, a las Universidades y a las empresas, de recurso humano capacitado para enfrentar la oleada de comercio mundial que se viene sobre Colombia en un mundo con economías globalizadas, que giran en función del conocimiento.

La metodología usada en la investigación se basó en el rastreo de oficinas universitarias y oficiales de propiedad intelectual en Chile, México, Argentina y Colombia; también en la búsqueda de patentes universitarias en bases de patentes internacionales, y en las páginas oficiales de las universidades, instituciones gubernamentales y artículos de prensa.

Se identificaron los aportes que genera la propiedad intelectual en la economía universitaria y se describieron algunos elementos considerados claves en los contratos de transferencia de ciencia y tecnología que realizan las universidades.

El presente artículo se divide en dos partes. En la primera, se hará mención a las ventajas de las universidades en el mercado de las ideas; en la segunda, se abarcará concretamente el papel de la propiedad intelectual en las economías universitarias, alrededor de tres ejes: las patentes, los signos distintivos y los aspectos universitarios de interés para la propiedad intelectual. Por último, se darán algunas conclusiones sobre el trabajo investigativo.

## **1. Ventajas de las universidades en el mercado de las ideas**

Las universidades tienen múltiples ventajas respecto de la producción de conocimiento:

- Movimiento continuo de información y conocimiento: las discusiones de temas actuales y frescos en las aulas de clase, las discusiones en las áreas, actualización de conocimientos y acontecimientos en la preparación de cursos,

- estado actualizado del conocimiento específico por medio de seminarios y eventos de carácter académico, investigaciones, contactos y redes con otras instituciones educativas nacionales e internacionales, docentes en formación permanente (postgrados), etc.
- El conocimiento está codificado de manera más efectiva: con la adquisición constante de material bibliográfico para las bibliotecas (libros, folletos, revistas indexadas), bibliografía nueva adquirida para las investigaciones, la publicación de libros fruto de la producción interna de las instituciones, participación y memorias de eventos tales como congresos y seminarios, actualización permanente de información académica y científica en Internet, etc.
  - Control de calidad de la producción a través de la discusión colectiva: en el aula de clases, en las discusiones con los colegas, la evaluación que haga cualquiera de los entes externos con la institución como empresas o instituciones alternas, y el sometimiento a pares en la formulación y presentación de investigaciones. Además de la utilización de otros espacios para la discusión como los foros, los coloquios, entre otros.
  - En las universidades, el conocimiento se difunde de manera más amplia: la universidad lo comunica a su público interno y al público externo. Estos a su vez lo amplían y se vuelven reproductores del conocimiento aprendido o generado. Para ello, se acude a los estudiantes de pregrado y postgrado, presenciales, semipresenciales y a distancia. Algunos con programas de descentralización, seguidos en varias sedes en los municipios o entre departamentos. En extensión con de los eventos en los que se vincula a la comunidad externa y de manera indirecta; por medio de las publicaciones por distintos canales: libros, revistas, radio, televisión, Internet, medios magnéticos.
  - La versatilidad de los agentes del conocimiento: las universidades preparan los profesionales que salen al campo laboral insertos en la sociedad. La universidad vincula como docentes o ponentes a personas especializadas en las empresas y las empresas enlazan docentes a través de contratos de prestación de servicios o de manera directa mediante contratos de trabajo. Incluso, muchas veces los parámetros de contratación de las empresas o entidades

tanto públicas como privadas otorgan a la experiencia docente buen peso en el puntaje de calificación, y en algunos casos llega a ser sustituto de la experiencia laboral en el campo o requisito de admisibilidad.

Además, en un mundo donde el conocimiento se regenera cada seis años (para otros cada cuatro años)<sup>4</sup>, las universidades deben ser protagonistas de la revolución tecnológica e informática. De acuerdo a una investigación realizada por la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo entre los años 1993 y 2000 las universidades estadounidenses registraron 20.000 patentes y colaboraron en la creación de 3.000 nuevas empresas en este período<sup>5</sup>; esto es, conocimiento e impacto social.

Pero el primer paso que deben visualizar las universidades, es que poseen en sus patrimonios, activos intangibles con un gran potencial que deben ser transmisibles y generadores de valor para ellas mismas. Áreas como la electrónica, la metalme-cánica, la química, química farmacéutica, la agroindustria, la medicina, la biotec-nología<sup>6</sup> y la bioingeniería, el desarrollo de software, son algunos sectores sobre los cuales podrían construir una enorme fuente de conocimiento y producción. Además, el nombre, el escudo, el lema de la universidad son un capital de gran

- 
- 4 Cfr. BALAGUER PRESTES, Roberto. Haciendo foco en el nuevo pensamiento: tercer enfoque para la Psicología Educativa. Versión digital disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=153> (febrero de 2008). RIVERA ROMÁN, José Francisco y CÁRDENAS R., María Luisa. La globalización y la escuela. Versión digital disponible en: [http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/presentepasado/ano9vol9\\_num17/articulo11.pdf](http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/presentepasado/ano9vol9_num17/articulo11.pdf) (febrero de 2008).
  - 5 ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. *Turning Science Into Business: patenting and licensing at public research organizations*. Versión digital disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/37/24/30634128.pdf> (enero de 2006).
  - 6 Un enorme potencial que posee Colombia reside en su variedad de especies animales y vegetales. Insectos, frutas tropicales y verduras forman parte de nuestro patrimonio nacional, además de una tipografía especial para todo ello. Aquí existe una mina de oro que no ha podido ser explotada por falta de interés, tecnología, capacitación, recursos económicos que financien la investigación y entidades que abran mercados. De hecho, se han escuchado interesantes propuestas provenientes, justamente, de los grupos de investigación de las Universidades del país, que han estado sensibilizando a los empresarios y al Gobierno sobre estos temas. La Propiedad Intelectual sería la primera línea del derecho comercial que tendría que aportar para esto por medio de instituciones jurídicas como la denominación de origen y la protección a los derechos de obtentores de variedades vegetales (Decisión 345 de 1993 Comunidad Andina). La situación actual de las universidades en éste tema se desarrolla en el capítulo segundo de ésta investigación.

valor, porque sus nombres y logotipos son el respaldo de sus publicaciones, de sus servicios y de sus productos, los cuales poseen gran valor desde la propiedad industrial. Las economías universitarias no sólo deben pensar en la matrícula como su única fuente de financiación, los docentes e investigadores son generadores de conocimiento que puede ser productivo por diferentes medios y para todos los partícipes (universidad, investigadores, instituciones externas).

Y para explotar su potencial comercial, la primera pregunta que debe formularse la universidad cuando piensa en un producto comercial debe ser: ¿es el docente un buen hombre de negocios? Y la respuesta es: definitivamente no, tiene la preparación académica, pero no tiene la experiencia del mercado. La vocación original que han desarrollado las universidades no es la de la industria y el comercio. Por eso, y en aras de una necesidad latente –y hasta urgente– las universidades deben buscar la manera de llenar este vacío sin descuidar ni disminuir su objeto principal que es la educación (en la docencia, la investigación y la extensión), pero concientes de que debe ser una educación ligada y proyectada a la comunidad donde influye, sea del orden regional o nacional. Y una de las tantas formas de compartir, de proyectar el conocimiento que es generado en sus aulas, es colocando sus productos en la sociedad, vía mercado.

Pero el papel en la transferencia de conocimiento no es sólo de las Universidades, también al sector empresarial le interesa avanzar en investigación y desarrollo, aunque en muchos casos no posee los elementos necesarios para ello. También al Estado importan este tipo de alianzas que fomentan la economía, la competitividad y el crecimiento económico.

Por ello, se crearon espacios donde todos terminaron ganando: empresa, estado y universidad, a través de los Parques Tecnológicos (P.T.). En un esfuerzo por ser sintético<sup>7</sup>, se definen los P.T., como los espacios donde se busca el encuentro y la convivencia de las empresas, la universidad y el Estado, alrededor de la investigación y el desarrollo (I+D), para lograr la generación de la cultura de la innovación, la creación, el flujo de conocimiento, el desarrollo tecnológico y su aplicación en la

---

7 Se ha tomado para la siguiente definición, textos de las páginas oficiales en Internet de los Parques Tecnológicos de Guatiguará y de Antioquia (Colombia), de Misiones (Argentina) y del Parque Tecnológico Virtual de Castilla La Mancha (España).

producción de bienes y servicios que permitan una mayor competitividad en el mercado nacional e internacional.

Los Parques Tecnológicos en Colombia, Latinoamérica y España son el espacio natural y estratégico donde confluyen (o deberían confluir) universidad, empresa y Estado, en una relación armónica de cooperación y suma de sinergias.

A nivel internacional existe la Asociación Internacional de Parques Científicos y Tecnológicos (IASP por sus siglas en inglés). A esta asociación sólo están vinculados tres parques colombianos. De Chile sólo figura un parque afiliado, de Brasil ocho, México dos, Venezuela uno.

Colombia no está atrás en el tema de los Parques Tecnológicos, aunque tampoco se encuentra tan aventajada como España. En el país se tiene el privilegio de contar con proyectos como el P.T., de Umbría de la Universidad San Buenaventura en Cali; P.T. de Guatiguará de la Universidad Industrial de Santander (UIS); Parque Tecnológico de Antioquia<sup>8</sup>, con socios universitarios como la Universidad de Antioquia, Colegio de Altos Estudios de Quirama, Universidad Católica del Oriente, Escuela de Ingeniería de Antioquia, Universidad de Medellín, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana y el Instituto de Ciencias de la Salud –CES-. Y proyectos como el P.T. del Caribe Colombiano, con la Universidad del Norte; el P.T. del Eje Cafetero, el P.T. de Software de Medellín y el P.T. Manizales, con la Universidad Nacional.

Los P.T., son una valiosa oportunidad para explotar el potencial de la academia. Para nadie es discutible el hecho de que la Universidad y los centros de investigación son, o al menos deberían ser, las incubadoras de innovación por excelencia. De un constante trabajo académico nacen magníficas ideas convertidas en procesos, productos y servicios. Elementos que pueden y deben ser explotados en beneficio, tanto, de la Universidad creadora, como de la sociedad.

---

8 El Parque Tecnológico de Antioquia, tiene como primera empresa productiva, la Biofábrica de Semillas; que es, además, la primera en su género en el país.

## **2. El papel de la propiedad intelectual en las economías universitarias**

Realmente es prolífica la literatura virtual encontrada sobre el tema de la propiedad intelectual al interior de las universidades, siempre relacionada con dos aspectos importantes: investigación y extensión.

La propiedad intelectual busca proteger la creatividad, el esfuerzo y la inversión; así como el reconocimiento, la exclusividad, la utilidad económica y social. Es el mecanismo de protección, adquisición, enajenación y gestión del arte, la literatura, el conocimiento, la ciencia y la tecnología. Herramienta clave en una sociedad del conocimiento y más, en una economía del conocimiento. Saber explotarla, por parte de las instituciones universitarias se configura en un incentivo para la actividad creadora, la investigación, el desarrollo y como fuente de información en el marco de ciencia y tecnología, necesario en el crecimiento de la economía.

La importancia de la propiedad intelectual en las universidades no radica únicamente en la competencia por alcanzar cifras de patentamiento con estándares internacionales, la motivación para la inversión en investigación y desarrollo, sino que tiene un marco evidentemente económico y de protección a la imagen y al reconocimiento. Es por eso que el tema de la propiedad intelectual universitaria, se encontrará, por lo general, unido a la gestión y transferencia del conocimiento.

La propiedad intelectual en Colombia, se divide en tres bloques: derechos de autor y derechos conexos (en estos derechos están inmersos los derechos de morales y patrimoniales de los autores de obras literarias, artísticas y científicas, así como la de los intérpretes, traductores y editores); la propiedad industrial (donde se encuentran los signos distintivos como las marcas y el nombre comercial, las patentes, los modelos de utilidad, los circuitos integrados y los diseños industriales), y; los obtentores de nuevas variedades vegetales creadas mediante manipulación genética o por medio de conocimientos de las comunidades locales.

## 2.1. Patentes

La patente es un título otorgado por el Estado, a través del cual se reconoce al titular el uso y la explotación exclusiva y excluyente de un producto o proceso por un tiempo determinado en el territorio nacional.

Se hizo un rastreo concienzudo sobre las patentes presentadas por las universidades. En el Banco de Patentes de la Superintendencia de Industria y Comercio se encontró un total de 46 solicitudes<sup>9</sup>, de las cuales la Universidad Nacional de Colombia ocupa el primer puesto con 17, seguida por la Tecnológica de Pereira con 7. De estas 46 solicitudes, 7 fueron negadas y 6 abandonadas, 6 son solicitudes de universidades extranjeras de España, Cuba y Argentina. La solicitud más antigua es de 1996.

También se consultó la base Latipat, que es una base de datos con las patentes que son presentadas en las oficinas de propiedad industrial de América Latina. De Colombia, registra 33 solicitudes de patentes solicitadas por universidades.

Reforzando un poco la confrontación de patentamiento entre universidades, en 2006, se presentó la investigación “Comportamiento de las patentes universitarias en Colombia, Chile y España”<sup>10</sup>, realizada por miembros del Grupo de Investigación en Gestión Tecnológica Organizacional –GESTOR– de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia, docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Talca y de la Facultad de Ciencias Sociales, Administrativas y Económicas de la Universidad de Tarapacá, de Chile. Esta investigación tenía como objetivo, conocer y comparar el comportamiento de las patentes universitarias de Colombia, Chile y España; así como políticas y mecanismos en la gestión de derecho de propiedad intelectual. Esta investigación colombo-chilena, arrojó 38 solicitudes de patentes solicitadas por universidades colombianas entre 1994 y 2004.

---

9 Contrasta esta cifra con la información extraída de la Oficina Española de Patentes y Marcas que al consultar por solicitante “universidad” arrojó un resultado de 2367 registros.

10 LÓPEZ GÓMEZ, María del Socorro; SCHMAL SIMÓN, Rodolfo y CABRALES GÓMEZ, Fernando. Comportamiento de las patentes universitarias en Colombia, Chile y España. Santiago de Chile: Universidad Central, 2006. Versión digital disponible en: <http://www.faceaucentral.cl/pps/256,1>, COMPORTAMIENTO DE LAS PATENTES UNIVERSITARIAS: COLOMBIA, CHILE Y ESPAÑA (febrero de 2007). También se puede consultar en: [www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v14n3/art02.pdf](http://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v14n3/art02.pdf) (febrero de 2007).

Adicional a la búsqueda anterior, se encuentra la patente concedida por la Oficina de Patentes de Estados Unidos a la Universidad Nacional de Colombia<sup>11</sup>. Y a tres solicitudes de patentes presentadas por el Grupo de Biotecnología, línea de Biotecnología Vegetal de la Universidad de Antioquia, ante la misma oficina estadounidense<sup>12</sup>.

## **2.2. Signos distintivos solicitados por universidades**

Los signos distintivos son aquellos elementos que sirven para identificar un comerciante sea como persona natural o jurídica, los establecimientos de comercio, un producto o servicio y diferenciarlo de los demás.

Los signos distintivos son los nombres comerciales, las marcas, los lemas comerciales, las denominaciones de origen e indicaciones de procedencia. Las marcas pueden ser palabras o combinación de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos, sonidos, olores, letras y números, un color delimitado por una forma o una combinación de colores, y la forma de los productos, sus envases o envolturas<sup>13</sup>.

Si en la exploración sobre patentes registradas por universidades colombianas, asombra la escasa solicitud, al rastrear los signos distintivos registrados por las Universidades ante la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia la sorpresa no es menor, al encontrar registrados 238 signos, número muy escaso, teniendo en cuenta el número de universidades, fundaciones y corporaciones universitarias que tiene el país.

El rastreo se hizo con el parámetro de búsqueda por titular y razón de búsqueda: “universidad”, patrón que arrojó los 238 registros. También se hizo el rastreo dentro de la página de la Superintendencia de Industria y Comercio con los criterios

---

11 Cfr. ROJAS, María Claudia. Crean péptido sintético con actividad. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 1999. Versión digital disponible en: <http://unperiodico.unal.edu.co/ediciones/99/19.htmlZ> (enero de 2007). La Oficina de Patentes de Estados Unidos de América, otorgó la patente número 7.041.647, que tiene por título “Péptido Sintético con Actividad Ionofórica y Antimicrobiana”, solicitada por la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.

12 S.N. El Grupo de Biotecnología registra tres patentes. Medellín: Universidad de Antioquia, 2006. Versión digital disponible en: [http://siu2.udea.edu.co/index.php?option=com\\_content&task=view&id=50&Itemid=23](http://siu2.udea.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=50&Itemid=23) (febrero de 2007).

13 Decisión Andina 486 de 2000. Artículo 134.

“fundación universitaria”, “institución universitaria” y “corporación universitaria”, pero en los tres casos el resultado fue nulo, ya que el sistema no arrojó registros.

Lo que más ha llamado la atención es el escaso número de universidades extranjeras solicitantes, sólo tres: la Universidad Argentina de la Empresa, Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Alicante, ya que en países como Chile, Argentina o México el registro de solicitudes de patentes por parte de universidades extranjeras es muy alto, lo que de estaría indicando el poco interés comercial que despierta Colombia en ellas y/o que no nos consideran un rival potencial lo suficientemente grande a nivel investigativo como para proteger sus invenciones en el país.

Puede encontrarse en los signos registrados por las universidades: el nombre y logo de la Universidad, el nombre de un producto o familia de productos; de boletines, revistas o periódicos, empresas de comunicación, institutos, corporaciones, grupos de estudio, centros de investigación, fondos financieros, eventos (congresos, exposiciones, etc.), editoriales, parques tecnológicos, clínicas.

Tanto en patentes o signos distintivos, habría qué hacer un estudio lo suficientemente profundo con cada universidad, para determinar el grado de aporte que genera cada patente o signo distintivo registrado a la economía universitaria y cuáles serían las variables que han permitido su explotación real o su subutilización.

### **3.3. Aspectos universitarios de interés para la propiedad intelectual**

La propiedad intelectual en las universidades abarca todos los aspectos y espacios posibles que puedan ser considerados. Estos son algunos aspectos universitarios de interés para la propiedad intelectual:

- Protección de los derechos morales de los autores de artículos publicados en revistas, libros, periódicos, folletos, etc. Así como la de todas las expresiones posibles plasmadas en ellos como fotografías, dibujos, mapas, planos y demás. La universidad, puede tener una fuente de lucro con ello, desarrollando los derechos de autor a través de la comercialización y explotación de los bienes o expresiones artísticas, científicas o literarias como cuadros, esculturas, coreografías, películas de cine, televisión, programas radiales, documentales, publicación de libros, software, composiciones musicales, entre otras.

- Así mismo, está la protección a los derechos patrimoniales del titular de éstos, que puede ser el docente, el investigador, un estudiante, un grupo, la misma Universidad o entidades externas a las universidades que participen y obtengan, en virtud del acuerdo con ellas firmados, este tipo de derechos.
- Protección a los símbolos universitarios como la bandera, el escudo, el lema, el himno y los demás signos representativos de la institución<sup>14</sup>. Todos estos elementos pueden ser explotados para contratar servicios de asesorías, consultorías, investigaciones, eventos artísticos, deportivos, arrendamiento de espacios y logística, así como para conferir licencias a los múltiples empresarios que venden camisetas, llaveros, mochilas, cachuchas y demás artículos con los logosímbolos de las universidades.
- Protección de los derechos de autor y patrimoniales de las obras arquitectónicas de la universidad: edificios administrativos, laboratorios, teatros, bibliotecas, centros, salones, capillas, etc.
- Muchas universidades poseen museos o colecciones donde guardan buen número de obras artísticas, sobre todo de carácter tradicional (conocimiento autóctono). La propiedad intelectual ofrece protección de los derechos de autor y patrimoniales sobre las obras plásticas que sean propiedad de la universidad.
- La propiedad intelectual ofrece protección a los productos o procedimientos inventados al interior de la universidad, a los modelos de utilidad (mejoras realizadas a productos o procesos ya existentes), circuitos electrónicos o diseños industriales.
- Protección a los derechos derivados de la obtención de nuevas variedades vegetales creadas por la universidad o en asocio con ella.
- Protección a los derechos morales y patrimoniales derivados de la puesta en escena de una obra de teatro, de un video, un documental, un programa audiovisual realizado por o para la universidad.

---

14 Por ello no es extraño encontrar avisos en la Internet como éste: “Los logotipos de la Universidad Pedagógica Nacional son marca registrada ante el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual.” Versión digital disponible en: <http://www.upn.mx/modules> (febrero de 2007).

- Muchas de las universidades en toda Latinoamérica cuentan con emisoras de radio, la propiedad intelectual brinda protección de los derechos morales y patrimoniales de las emisiones realizadas por la emisora universitaria. Por ejemplo, a nivel internacional, tienen emisora la Universidad de la Plata en Argentina (LR11 Radio Universidad, AM 1390 y FM 107.5<sup>15</sup>), Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad de Carabobo en Venezuela (Radiodifusora Universitaria UC 104,5 FM), Universidad la Laguna de España (Radio Campus), la Universidad de Chile (102.5 FM), Universidad Nacional de Río Cuarto (Radio Universidad Nacional de Río Cuarto FM 97.7), Radio Universidad de la Serena en Chile (94.5 FM).

A nivel nacional la Universidad Tecnológica de Pereira (88.2 FM Stereo), Universidad del Norte (Uninorte FM Estereo 103.1 mhz), Universidad Pedagógica Nacional (UPN Radio), Radio Universidad del Cauca (104.1 FM), Pontificia Universidad Javeriana (Javeriana estéreo 91.9 FM). La Universidad de Antioquia cuenta no con una emisora sino con un sistema radial, denominado Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia - Sistema de Radio Educativa, conformado por estaciones en cinco regiones antioqueñas (Medellín, 101.9 FM y 1.410 AM, Turbo 102.3 FM, Andes 96.4 FM, Carmen de Viboral 101.3 FM, Puerto Berrío 94.3 FM, Cauca 96.3 FM) y Radio Altair que es un portal en Internet<sup>16</sup> conformado por cuatro Net Radios y un portal Hipermedia. La Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín cuenta con Radio Bolivariana 92.4 FM y 1.110 AM. En fin, en la red de Radio Universitaria de Colombia se encuentran vinculadas 22 universidades con 29 emisoras.

Puede ser que una universidad no sea de renombre internacional, puede que no tenga grupo, centro o programa de propiedad intelectual, pero tiene emisora. Y con ella se acarrearán una cantidad enorme de derechos de autor que no pueden ser desconocidos y que tarde o temprano, en mayor o menor medida, harán recurrir a los directivos de la universidad a una asesoría jurídica en el tema de la propiedad intelectual y los derechos de autor.

---

15 <http://www.lr11.com.ar/>. Se hace especial énfasis en ésta emisora, en la medida que en el año 2004 cumplió 80 años, siendo la emisora universitaria más antigua del mundo.

16 <http://altair.udea.edu.co>. Es la primera emisora universitaria en Internet de Colombia.

- Así mismo, para las emisiones realizadas en los canales televisivos de las Universidades. La Universidad Autónoma de México lo tiene, junto con otras 37 instituciones universitarias que conforman la Red Nacional Universitaria de Televisión. La Universidad de Costa Rica cuenta con el Canal 15. La Universidad Mayor de San Andrés de Bolivia, tiene el Canal Universitario de la Paz –Canal 13 TVU–. En Colombia contamos con los canales universitarios de la Universidad del Valle, el Canal Universitario de Antioquia –Canal U– de cinco instituciones públicas y privadas.
- Una cantidad considerable de universidades cuentan con editorial propia que permite la publicación de la producción intelectual generada al interior de la universidad como en la región, a través de publicaciones de escritos de autores regionales o nacionales y en algunos casos, la publicación de obras de carácter internacional, e incluso editar una traducción especializada hecha por algún docente o investigador de la Universidad.
- El medio editorial en las universidades es de tanta aceptación y envergadura que se encuentran asociadas. Por ejemplo, la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas, La Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN) de Argentina, la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia o la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe –EULAC–.
- La propiedad intelectual es interesante en este aspecto, en cuanto no sólo ofrece protección a los derechos que posea la universidad, sino que marca las reglas claras de un juego limpio sobre la protección de los derechos morales y patrimoniales de otros autores. Los contratos de edición contienen unas disposiciones especiales dentro de la propiedad intelectual, tanto, que la Ley de Derechos de Autor (Ley 23/82) destinó el capítulo VII exclusivamente a regular el contrato de edición. Así mismo, interesa a las editoriales todo lo relacionado con las obras de dominio público<sup>17</sup>.

---

17 Obviamente, la propiedad intelectual no genera lucro de manera automática. Las economías universitarias deben tomar en cuenta, junto con los derechos de autor y la propiedad industrial, los factores comerciales para hacer eficientes las producciones del intelecto. Para el caso de las editoriales, se trae a colación éste artículo, a propósito de unos estudios realizados por el Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC): “Los estudios de casos nacionales sobre las editoriales

- Las normas de propiedad intelectual contienen algunas excepciones legales respecto del uso de productos o procedimientos protegidos. Una de estas excepciones, es la posibilidad de utilizar obras para la educación y la enseñanza. Para Colombia, aplica lo estipulado por la ley 23 de 1982, que en el artículo 32 señala lo siguiente: “es permitido utilizar obras literarias o artísticas o parte de ellas, a título de ilustración en obras destinadas a la enseñanza... o comunicar con propósitos de enseñanza la obra radiodifundida para fines escolares, educativos, universitarios y de formación profesionales sin fines de lucro, con la obligación de mencionar el nombre del autor y el título de las obras así utilizadas”.
- Las bibliotecas universitarias, deben tener en cuenta las disposiciones en materia de propiedad intelectual (artículo 22 literal c de la decisión 351 de 1993 de la CAN).
- Las conferencias, lecciones, charlas o clases dictadas ocupan por excelencia un espacio en las universidades. El artículo 40 de la ley 23/82, señala: *“las conferencias o lecciones dictadas en establecimientos de enseñanza superior, secundaria o primaria, pueden ser anotadas y recogidas libremente por los estudiantes a quienes están dirigidos, pero es prohibida su publicación o reproducción integral o parcial, sin la autorización escrita de quien las pronunció”*. De igual modo el artículo 91 de la citada ley señala que los derechos morales sobre las lecciones o conferencias dictadas por los funcionarios públicos, son de sus autores.
- Las universidades deberían contar con un registro de propiedad intelectual referente a Software, que sea creado por la misma universidad a través de sus investigadores, docentes o profesionales; así como de todos los programas que adquiere la institución para sus labores.

---

universitarias latinoamericanas parecen indicar generalmente la ausencia de políticas de mercadotecnia, el desarrollo de catálogos sin un exhaustivo análisis de los mercados para esas publicaciones, la falta de mecanismos de gerenciamiento autónomos y profesionales en las editoriales universitarias, la supeditación de las gerencias a sistemas burocráticos de autorizaciones, la carencia de flexibilidades administrativas y financieras, y una casi nula existencia de mecanismos y modalidades de distribución y de funcionamiento en los sistemas de comercialización. Ello además con un fuerte concepto de los libros de textos universitarios como libros de literatura, al carecer de diseños, información referencial, reediciones con nuevos contenidos, etcétera”. Versión digital disponible en: <http://www.universia.net.co/libroabierto/detrasdellibro/laseditorialesuniversitariaslatinoamericanasendiscusion.html> (febrero de 2007).

- La enorme mayoría de universidades, cuentan hoy en día con página Web, su diseño, información, datos, imágenes y demás, presentan también protección desde la propiedad intelectual y es de su interés conocerlo y respetarlo.
- Las universidades, igualmente pueden –y hasta deberían– motivar la explotación de la información radicada en los bancos de patentes del país y de otros países. Es perfectamente válido y legal que una patente que no ha sido protegida en un país, pueda ser explotada en éste sin necesidad de recurrir a las licencias y demás autorizaciones. Así mismo, las patentes que caducan y pasan a ser de dominio público son una fuente desbordante de conocimiento que puede ser usado por los docentes con sus alumnos para las prácticas, en los laboratorios, en los rurales y en los grupos de estudio. Permanente, la Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia, publica las patentes registradas ante la entidad, que se declaran caducas por el no pago oportuno de las tasas de mantenimiento, y que por ello pasan al dominio público. En la misma circunstancia de las patentes, se encuentran los diseños industriales que no han sido registrado en este país y que pueden ser copiados en Colombia sin necesidad de pagar por ello.

De hecho, la propiedad intelectual en las universidades debería ser una asignatura presente en muchos programas o facultades. Obviamente, en su cuna natural, Derecho, la propiedad intelectual debería hacer acto de presencia. De igual modo, en los programas de artes gráficas, diseño, en las ingenierías, en los programas de educación y otros programas que tienen que ver con la creatividad, la creación y el ingenio.

## **Conclusiones**

En general, puede sostenerse que una adecuada explotación de la propiedad intelectual permitiría grandes aportes al desarrollo de las universidades dentro de una sociedad que se mueve en una economía basada en el conocimiento.

Es reconocido y aceptado mundialmente, que las funciones de las universidades se centran en tres ejes: enseñanza, investigación y extensión. En los tres campos la propiedad intelectual realiza aportes prácticos.

La propiedad intelectual es una herramienta jurídica de gran utilidad para las universidades, las cuales tienen que proyectarse, desde ahora, como actores claves en un juego de dimensiones globales, asumiendo el papel de generadores del desarrollo de la región, frente al mundo.

Es de tal importancia la propiedad intelectual en las universidades que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ha desarrollado un proyecto llamado “Programa Iniciativa Universitaria OMPI”<sup>18</sup>, enfocado específicamente a las universidades e institutos de países en desarrollo y de países en transición a economías de mercado, con la intención que éstas tomen conciencia de la propiedad intelectual, adopten políticas en esta materia, analicen y exploten la información contenida en las bases de patentes, identifiquen, evalúen y exploten sus activos de propiedad intelectual, y hagan una efectiva transferencia de ciencia y tecnología.

Todos los conceptos sobre propiedad intelectual tienen una importante, pero no única, dirección que es la financiación universitaria. Estos conceptos y la competencia universitaria por producir, si bien podrían pensarse dentro de un marco económico de corte neoliberal, también pueden pensarse desde la función social de la propiedad, ya que la misión universitaria no se centra en la simple generación de riqueza económica, sino también, en el compromiso que asume con la sociedad al constituirse en un eje de desarrollo y crecimiento al formar profesionales, pero más que ello, en capacitar personas que aporten al futuro de una comunidad específica. Y uno de los elementos de impacto social, de orientación económica, que puede ofrecer las universidades es la generación de conocimiento aplicado a la industria y el comercio, y su debida explotación, lo que genera empleo, más riqueza y dinamismo económico e intelectual.

La función social de las universidades, también se concreta cuando ésta comienza a disfrutar de la calidad de vida que traen las obras (literarias y artísticas) y los avances científicos y tecnológicos, el acceso a tecnología mejorada, en mejor salud, mejor productividad, generación de empleo, acceso a servicios especializados, y se alienta a la competitividad y a la generación de mayor investigación.

---

18 Cfr. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. Versión digital disponible en: <http://www.wipo.org/uipc/es/> (marzo de 2008).

## Bibliografía

- AMAYA PULIDO y Otros. Manual sobre la propiedad intelectual de productos derivados de la actividad académica en universidades y centros de información. Bogotá: Colciencias – Universidad Nacional de Colombia, 1997.
- ASTUDILLO GÓMEZ, Francisco. Derechos intelectuales de profesores e investigadores universitarios. Versión digital disponible en: [www.revistaespacios.com/a95v16n03/16951603.html](http://www.revistaespacios.com/a95v16n03/16951603.html) (abril de 2007).
- BAGLIETTO TARDIO, Alicia y otros. Hacia una economía del conocimiento. España: ESIC, 2001.
- BALAGUER PRESTES, Roberto. Haciendo foco en el nuevo pensamiento: tercer enfoque para la Psicología Educativa. Versión digital disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=153>. (febrero de 2008).
- BANCO MUNDIAL. Aprendizaje permanente en la economía global del conocimiento: desafíos para los países en desarrollo. México: Alfaomega, 2003.
- CASTELLANOS ABONDANO, M. C. Ximena. Contratos de licencia sobre derechos de propiedad intelectual. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 1990.
- COLCIENCIAS. Manual sobre propiedad intelectual de productos derivados de la actividad académica en universidades y centros de investigación. Bogotá: Universidad Nacional, 1997.
- DAVID, Paul y FORAY, Dominique. “Fundamentos económicos de la sociedad del conocimiento”. En: *Comercio Exterior*. Vol. 52, No. 6. México, (junio de 2002). pp. 472-490.
- DE MIGUEL ASCENSIO, Pedro. Contratos internacionales sobre propiedad industrial. Madrid: Civitas, 2000.
- DIDRIKSSON, Axel. “Educación Superior, transferencia de conocimientos y tecnologías en los procesos económicos de integración”. En: *Educación Superior y Sociedad*. Vol. 6, No. 2. México, (1995). pp. 53-83.
- DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR (Compilador). Filosofía del derecho de autor. Bogotá: Ministerio de Gobierno, 1991.
- DRUCKER, Peter. “El ascenso de la sociedad del conocimiento”. En: *Facetas*. No. 104. Washington, (1994). pp. 13-18.
- FERNÁNDEZ LÓPEZ Sara y otros. Las patentes universitarias: un motor de emprendimiento. Versión digital disponible en: [http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/DDE\\_Ciencia\\_Tecnologia/Las%20patentes%20universitarias%20un%20motor%20de%20emprendimiento.pdf](http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/DDE_Ciencia_Tecnologia/Las%20patentes%20universitarias%20un%20motor%20de%20emprendimiento.pdf) (febrero de 2007).
- FERNÁNDEZ MASIA, Enrique y BARONA VILAR, Silvia. Los derechos de propiedad intelectual en la nueva sociedad de la información: perspectivas de derecho civil, procesal, penal e internacional privado. Granada: Comares, 1998.
- FERRO BAYONA, Jesús. “La Universidad en la Sociedad del Conocimiento”. En: *Gestión*. No. 5. Santander. (diciembre de 1998). pp. 71-80.
- LEÓN, Juan E. “Sociedad del Conocimiento, globalización, universidad: los desafíos del siglo XXI”. En: *Ciencias Humanas*. Vol. 5, No. 2. Cali, (julio-diciembre de 2002). pp. 184-204.
- LIMA, María Clara. Programa de propiedad intelectual y aspectos jurídicos relacionados con la transferencia de tecnología. Versión digital disponible en: <http://www.ing.unlp.edu.ar/dpi/activ.htm> (enero de 2006).

- LIPSZYC, Delia. Derecho de autor y derechos conexos. Buenos Aires: UNESCO CERLALC, 1993.
- LÓPEZ GÓMEZ, María del Socorro; SCHMAL SIMÓN, Rodolfo y CABRALES GÓMEZ, Fernando. Comportamiento de las patentes universitarias en Colombia, Chile y España. Versión digital disponible en: <http://www.faceaucentral.cl/pps/256,1>. COMPORTAMIENTO DE LAS PATENTES UNIVERSITARIAS: COLOMBIA, CHILE Y ESPAÑA (febrero de 2007).
- MELO TORRES Daniel y MACHICADO, Javier Andrés. “Una aproximación al impacto económico del derecho de autor en Colombia”. En: *Revista de Derecho Privado*. No. 26. Bogotá: Universidad de los Andes, (agosto de 2001). pp. 53-82.
- NIETO POTES, Mauricio. “Producción y gestión del conocimiento en la actividad académica”. En: *Revista EAN*. No. 53 Bogotá, (enero-abril de 2005) pp. 36-51.
- OMPI. Guía de licencias para los países en desarrollo. Ginebra: OMPI, 1977.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. Reunión regional de directores de oficinas de propiedad industrial y de oficinas de derechos de autor. Versión digital disponible en: [http://www.wipo.int/edocs/mdocs/lac/es/ompi\\_jpi\\_bue\\_06/ompi\\_jpi\\_bue\\_06\\_2\\_pa.doc](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/lac/es/ompi_jpi_bue_06/ompi_jpi_bue_06_2_pa.doc) (enero de 2007).
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. *Turning Science Into Business: patenting and licensing at public research organizations*. Versión digital disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/37/24/30634128.pdf> (enero de 2006).
- OTERO GARCIA-CASTRILLÓN, Carmen. Las patentes en el comercio internacional. Madrid: Dykinson, 1997.
- PÉREZ LINDO, Augusto. Mutaciones: escenarios y filosofías del cambio de mundo. Buenos Aires: Biblos, 1998.
- RAMA, Claudio. Las editoriales universitarias latinoamericanas en discusión. Versión digital disponible en: <http://www.universia.net.co/libroabierto/detrasdellibro/laseditorialesuniversitariaslatinoamericanasendiscusion.html> (febrero de 2007).
- RENGIFO GARCIA, Ernesto. Propiedad intelectual: el moderno derecho de autor. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1997.
- RIVERA ROMÁN, José Francisco y CÁRDENAS R., María Luisa. La globalización y la escuela. Versión digital disponible en: [http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/presenteypasado/ano9vol9\\_num17/articulo11.pdf](http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/presenteypasado/ano9vol9_num17/articulo11.pdf) (febrero de 2008).
- SHERWOOD, Robert. Los sistemas de propiedad intelectual y el estímulo a la inversión: evaluación y comparación de 18 países en vías de desarrollo. Buenos Aires: Heliasta, 1997.
- UNESCO. ABC del derecho de autor. Francia: UNESCO, 1982.
- VARIOS. Los derechos de propiedad intelectual en la nueva sociedad de la información: perspectivas de derecho civil, procesal, penal e internacional privado. Granada: Comares, 1998.
- ZERDA SARMIENTO, Álvaro. Propiedad Intelectual y biotecnología. En: SIMPOSIO SOBRE BIOFÁBRICAS. (2ª: 2005: Medellín). Avances de la Biotecnología en Colombia. Medellín: Universidad Nacional Sede Medellín.
- , Derechos de propiedad intelectual sobre el conocimiento vernáculo: análisis y propuesta desde la economía institucionalista. Bogota: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, 2003.