



## EL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL UNIVERSITARIA

(The use of social media as a means of technology transfer in the university student communication)

Recibido: 27/07/2015 Aceptado: 19/02/2016

**Quintero, Reny**

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE, Venezuela

[renyqs@gmail.com](mailto:renyqs@gmail.com)

### RESUMEN

Este artículo tiene como propósito principal determinar el uso de las redes sociales como medio de transferencia de tecnología en la comunicación estudiantil universitaria, definiendo los elementos que intervienen según la utilidad que se le dan, razón por la cual fue necesaria la revisión de las teorías expuestas sobre las redes sociales, la transferencia tecnológica y los diferentes contextos en las cuales pueden desarrollarse. Al tipificar la metodología para esta investigación, pudo determinarse que es descriptiva, con la intención de exponer el fenómeno estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características. Finalmente, pudo conocerse que entre los usos más frecuentes de las redes sociales se encuentran: obtener información académica (trampa académica, trabajos), subir fotos, videos, juegos, socializar conocimientos, relacionarse virtualmente con otras personas, pedir opinión de la gente sobre algún tema en específico; así como liberar ansiedad o estrés, acceder a perfiles con quien compartir los mismos intereses, utilizar las aplicaciones como pasatiempo, además del mantener comunicación constante con los contactos. De igual forma, en materia de propiedad intelectual, se lee y se escucha la enorme importancia y valor de la tecnología y su transferencia, destacándose la cesión y licencia de patentes y secreto de conocimientos (know-how) como las formas más comunes de realizar la mencionada transferencia en las universidades. En la reflexión sobre los aspectos mencionados nacen dos preguntas inevitables y necesarias: ¿Qué es la tecnología? ¿Qué es la transferencia de tecnología? Y, como consecuencia de las anteriores preguntas, también surge la interrogante: ¿Por qué se afirma que la licencia y cesión de patentes y secreto industrial o know-how en las universidades son formas de transferir la tecnología?

**Palabras clave:** redes sociales, transferencia tecnológica, comunicación, interacción, estudiantes universitarios.

### ABSTRACT

This article has as its main purpose to determine the use of social networks as a means of technology transfer in the university student communication, defining the elements involved as the utility is given, which is why the review of the theories put forward was necessary about social networking, technology transfer and the different contexts in which they can develop. To establish the methodology for this research, it could be determined



which is descriptive, with the intention of exposing the phenomenon under study, making a detailed list of its features. Finally, it could be known that the most frequent uses of social networks are: obtain academic information (academic cheating, jobs), upload photos, videos, games, socialize knowledge, interact virtually with others, ask opinions of people about some specific topic; and release anxiety or stress, access profiles to share the same interests, use applications as a hobby, in addition to maintaining constant communication with contacts. Similarly, intellectual property is read and the enormous importance and value of technology and its transfer is heard, highlighting the transfer and licensing of patents and secret knowledge (know-how) as the most common forms of conduct said transfer at universities. In reflecting on these aspects are born two inevitable and necessary questions: What is technology? What is technology transfer? And, as a result of the above questions, the question also arises: Why it is stated that the licensing and assignment of patents and trade secrets or know-how in universities are ways to transfer technology?

**Keywords:** social networks, technology transfer, communication, interaction, university students.

## INTRODUCCIÓN

El uso de redes sociales en las distintas comunidades universitarias ha permitido transferir conocimientos y/o tecnológicas, quizá sea un proceso lento y deba ser incentivado ya sea por razones culturales o de índole muy diversa.

Las nuevas realidades asociadas a la transición hacia el tercer milenio en las cuales se deben desempeñar las universidades, se caracterizan por procesos de cambios acelerados e incertidumbre en todos los aspectos del acontecer humano. En esta etapa, la universidad en materia de redes sociales debe atender retos fundamentales, su posición frente al fenómeno mundial de la globalización, la preeminencia del conocimiento como recurso fundamental para impulsar el desarrollo, y evidentemente la revolución de la información y la comunicación.

Actualmente, se puede apreciar un auge en el uso de redes sociales en las universidades, por lo que resulta de gran interés conocer sobre el uso de estas redes para la comunicación o medio de transferencia de conocimientos, abarcando no solo a los estudiantes sino también a los distintos usuarios de dichas redes. A pesar de esto, existe una postura frente a su desaparición, la cual es vista cada vez más sugestiva y socialmente perceptible, acorde a cómo vayan reforzándose y desarrollándose otro tipo de sociedades a través de la Internet, en relación con la búsqueda de comunicación.

El tema de la tecnología está en boga. En muchos lugares se opina acerca de la tecnología, a partir de aspectos positivos o negativos. Con no poca frecuencia también se suele disertar de la transferencia de tecnología y de su importancia para todas las instituciones universitarias. Entre los autores no existen discrepancias sobre el hecho de que la transferencia de tecnología consista en un acto por el cual una persona, natural o jurídica, transfiere a otra persona, natural o jurídica, un “conocer” o conjunto de “saberes” útiles para el logro de fines.



## METODOLOGÍA

La investigación se apoya en un estudio de carácter descriptivo el cual cumple con el propósito de exponer el fenómeno estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características, de modo que en los resultados se puedan obtener dos niveles de análisis, dependiendo del fenómeno y del propósito del investigador (Chávez, 2001).

## REDES SOCIALES

Según Rodríguez et al. (2003):

“Las redes sociales son el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado, dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología, producidos u ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se pueden dar a nivel local regional, nacional, internacional y global”.

## REDES SOCIALES DE CONOCIMIENTO

Definir qué son las redes sociales de conocimiento no es tarea fácil ya que es un tema novedoso en el lenguaje tecnológico e íntimamente asociado a las concepciones sociológicas del pasado y presente histórico de la ciencia y del hombre. A pesar de ello, se asume que dicho concepto está relacionado con ambas categorías dentro de una visión integral de la misma. Tal integración entre lo tecnológico y lo social, lleva a compartir el enfoque del término tecnología como sistema, y por ende, del concepto de red de conocimiento.

En este ámbito, Osorio (2002) plantea que en los enfoques sistémicos se piensa en la tecnología como un elemento no dependiente de las ciencias o como simples objetos, sino como productos derivados de unidades complejas: “los materiales, los artefactos y la energía, así como los agentes que la transforman”.

En el mismo orden de ideas Quintanilla (2001) aclara que desde esta perspectiva:

“(…) el factor fundamental del desarrollo tecnológico sería la innovación social y cultural, la cual involucra no solamente a las tradicionales referencias al mercado, sino también a los aspectos organizativos, al igual que al ámbito de los valores y de la cultura”.

Según Casas (2001), las redes suponen formación profesional, de entrenamiento, así como redes de transmisión de conocimientos, innovación y difusión, que generan espacios regionales de conocimiento.

Tomando en cuenta las definiciones anteriores, se pueden agrupar ciertas características en torno a la magnitud del concepto. Por un lado, las redes sociales de conocimiento plantean una relación humana esencial de unión intergrupales u

organizacional, en la búsqueda de un objetivo mediatizado por el compartimiento de información y desarrollo de procesos de conocimiento, u otro. Tales redes tienden a agruparse con otras redes fuera del contexto, donde se inician y multiplican a medida que esta relación avanza en el tiempo y se mejora su interconexión tecnológica.

Hay varias formas de observar las redes sociales, ya que vienen dadas por diversas circunstancias dentro de una institución. En esta categorización, se cuentan: por filiación, por conocimiento, por contexto o por demanda.

De acuerdo a Casas (2001), se definen de la siguiente manera:

- Las redes sociales por filiación se generan de forma espontánea en grupos, su presencia se manifiesta en un clima de camaradería e identificación personal. Aunque no son generalmente formales, estas redes habilitan flujos de información rápidos y de altos niveles de calidad.
- Las redes sociales por conocimiento responden a intereses organizacionales, pero a la vez con un alto grado de interés personal. Se crean para dar valor a los procesos en las organizaciones.
- Las redes por contexto o por demanda responden a las funciones propias. Se encuentran vinculadas a un cargo o a un grupo de ellos, la misma labor genera integración y mueve las redes, marcando la pauta de acuerdo a sus intereses u objetivos.

### **SURGIMIENTO DE LA RED DE CONTACTOS**

Las redes sociales son espontáneas y no existe una metodología especial para crearlas o estudiarlas. Se puede decir que en las redes sociales se actúa en base a los intereses de los individuos o las instituciones que las integran, es decir, se alinean expectativas, perfiles y funciones con la finalidad de de orientarlas a los resultados esperados; usualmente se realizan por integración de unidades de las que se extraen las conexiones, cuya correspondencia e interdependencia pueden ser comprobadas, en escenarios supuestos o de prueba.

De acuerdo a Socorro (2004), las conexiones entre los contactos son variadas, y podrían manifestarse de acuerdo a la naturaleza de la red en intercambio de diversas formas:

- Persona-persona: Como su nombre lo indica este intercambio es de tipo personal y no necesariamente incluyen o excluyen la solución de problemas dentro de la empresa.
- Persona-grupo (o equipo): En esta conexión está presente el uso consciente o no del líder circunstancial, la búsqueda u oferta de la transferencia de conocimientos para situaciones específicas.
- Grupo-equipo (virtual o presencial): Usualmente está orientada al desarrollo de soluciones, respuestas, procedimientos o cualquier tipo de intercambio que agregue valor a la organización.



- Empresa-grupos/equipos: Resulta de una relación eminentemente de intercambio, se busca asesoría, consultoría, o bien generar identificación para abordar un planteamiento de interés para las partes.

### **ELEMENTOS QUE CONFORMAN LAS REDES SOCIALES**

Alacreu (2011) categoriza elementos que componen las redes sociales, y destaca los siguientes:

- Elemento sociológico: la velocidad de la transmisión de datos y la facilidad de uso a través de la red, además de la descentralización que involucra que todos los servicios se prestan de manera remota, suponen un avance y mayores posibilidades para las relaciones sociales entre los usuarios.
- Elemento tecnológico: es probablemente la característica principal por la cual las redes sociales han evolucionado y se han convertido en una herramienta popular.
- Elemento jurídico: las redes sociales se mueven en áreas de gran tamaño e incidencia social, por ende, existen muchas acciones que los usuarios realizan sin conocer o cumplir con los principios básicos de la normativa para la protección de datos, sobre todo con lo respectivo a la protección de la intimidad, publicidad y la propiedad intelectual.

Uno de los principales aspectos analizados dentro de las redes sociales es el cumplimiento de la normativa para la protección de datos en cuanto al carácter personal, regulada mediante las leyes. En segundo lugar, independiente del derecho a la protección de datos personales, es el derecho a la intimidad y a la propia imagen que toda persona tiene, cuya finalidad es la protección civil frente a todo género de intromisiones ilegítimas y no autorizadas expresamente por el titular, que afecten de forma directa a su honor, intimidad propia o familiar, así como a su imagen.

Al igual que en la materia para la protección de datos, la intimidad y la protección de la imagen de las personas, se encuentra íntimamente relacionada con las redes sociales y otros sitios Web colaborativos, dado que el objeto principal de estos se centra en el intercambio de información, en muchas ocasiones personal y también relativa a terceras personas.

En tercer lugar, la normativa en materia de propiedad intelectual tiene por objeto principal proteger los derechos de los autores sobre las obras artísticas, científicas o literarias que les correspondan por su principal creación, integrando derechos de carácter personal y patrimonial que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de estas obras, sin más limitaciones que las establecidas en la legislación vigente.

Por otra parte, el titular de estos derechos puede autorizar o no cualquier reproducción, puesta a disposición o transmisión de una obra de su repertorio, estando dicha autorización únicamente limitada por las excepciones dispuestas legislativamente y



que abarcan el derecho de cita, los trabajos de actualidad o las reproducciones provisionales y copias privadas, entre otras.

En esencia, señala Pedreño (2007) que la plataforma tecnológica de la mayoría de las redes sociales se podría adaptar fácilmente a la formación de redes universitarias con el fin de comunicarse, a través de estas se hace posible la identificación de los miembros, el intercambio de conocimiento, la difusión de actividades y trabajos, la discusión de problemas. Todo esto, reuniendo a aquellos universitarios que compartan los mismos intereses, docencia, investigación, extensión universitaria, estudios, asignaturas, prestación de servicios universitarios diversos, entre otros; abarcando así a los estudiantes, docentes e investigadores que pueden identificarse con aquellos miembros que por afinidades, campos de interés compartidos, proyectos, el hecho de entrar en contacto les pueden proporcionar mutuamente ventajas relevantes.

En ese espacio compartido, los docentes e investigadores pueden exponer borradores de trabajos, compartir debates sobre enfoques con fines docentes, propiciar lecturas, entre otras actividades. A la vez, los estudiantes pueden interactuar de la misma forma que lo hacen en otras redes sociales, dándole un mayor protagonismo a los temas universitarios y concepto de comunidad universitaria, al mantenerse comunicados.

### **REDES SOCIALES Y EL VALOR DE SU USO**

Las redes sociales también se han estudiado desde el uso en la población juvenil, que es tal vez su mayor público. Es válido preguntar hasta qué grado ocupa el uso de las redes sociales en la vida cotidiana de un individuo. En este caso, no se puede desconocer que una red social, como herramienta, tiene valores positivos que se pueden listar:

- Ayudan a afirmar un individuo dentro de un grupo social. Hacer sociedad es una característica humana básica.
- Permite conocer múltiples opiniones y puntos de vista, lo que demuestra igualdad en todos los entornos de la sociedad.
- Es un medio para consultar información y pedir asesorías directas acerca de un tema en específico.
- En muchos casos, ayudan a mantener un contacto permanente con el círculo íntimo (familiares y amigos más cercanos), si se encuentran lejos.
- Son excelentes vitrinas para desarrollar la creatividad creando interfaces gráficas, tapices, dibujos, letras, subiendo archivos propios como videos, textos, o creando determinados grupos de opinión.

En cambio, las consecuencias negativas pueden ser nombradas:

- En los países donde existe brecha digital, muchos emplean el hecho de que no esté inscrito en una red social, como un acto discriminatorio.



- La constante interacción en una de estas redes puede alejar gradualmente de las relaciones en el mundo exterior.
- Existen numerosos casos de demostraciones de apatía, falta de compromiso en todo tipo de actividades, por el uso casi adictivo de estas plataformas.
- Los numerosos enlaces y supuestos 'amigos' que puede llegar a tener un usuario en sus contactos hacen del uso de redes una experiencia masiva, más que un contacto personal.

### TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Para Tapias (1996), lo antes dicho no es obstáculo para afirmar que la transferencia de tecnología puede ser clasificada, dependiendo de la perspectiva o posición que se asuma. Se puede hablar, entonces, de transferencia nacional o internacional y de transferencia horizontal o vertical, entre otras clasificaciones posibles que, en último término, atenderán al interés u objetivo del clasificante, en donde sea de aplicado en el sector educativo, como los convenios entre universidades, u organismo público y privado, e inclusive con organizamos internacionales.

La transferencia de tecnología es vertical cuando se realiza desde un ente oficial hacia un sector con el que normalmente está ligado. Caso contrario, cuando es horizontal se realiza entre organismos que poseen una cualidad común (desde un órgano oficial hacia otro órgano oficial).

La transferencia por medio de las redes sociales puede ser nacional cuando ocurre dentro del territorio de un país. En cambio, puede ser internacional si es realizada desde una universidad, por ejemplo, hacia otro territorio u otra universidad, sin importar la nacionalidad de las personas intervinientes en la transferencia, pues la clave en este caso es que los conocimientos se transfieran en sentido universidad local-universidad internacional.

Castro (2002, s/p) plantea:

"(...) la transferencia de tecnología constituye la transferencia de los conocimientos que son necesarios para la elaboración de un producto, la aplicación de un procedimiento o la prestación de un servicio. No se extiende, sin embargo, a aquellas transacciones que implican únicamente la venta de un producto".

Es decir, la transferencia no es solamente vista desde oportunidades de transferencia de conocimientos o saberes, sino como la confección de un producto o cómo será una prestación de un servicio. Debido a su impacto social, comercial y jurídico, el tipo de conocimiento que se transmite lo constituye el objeto de la transferencia de tecnología.



De acuerdo a Tapias (1996, s/p):

“El desarrollo económico de las sociedades se encuentra estrechamente vinculado a un proceso de cambio tecnológico en sus aparatos productivos en el que los métodos y sistemas de producción y comercialización de bienes y servicios existentes son sustituidos por otros más eficaces o que introducen nuevos productos, con la finalidad de satisfacer las demandas que van acrecentando o los nuevos patrones de consumo que van surtiendo. Este proceso de cambio tecnológico puede ser el resultado de una evolución tecnológica local o de un proceso de transferencia de tecnología es clave en las universidades y transferencia de conocimientos”.

### REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD

Tal como lo afirman, Álvarez y Escorza (2008), los tradicionales sistemas de comunicación en la actividad universitaria están hoy en desuso. Las listas de distribución de correos electrónicos, revistas de divulgación, e incluso información a través de mensajes de teléfonos móviles, son escasamente admitidas por el público universitario.

Actualmente, aclaran los autores, se utilizan los canales transferencia de comunicación que ofrecen las redes sociales, por lo que las instituciones universitarias se ven obligadas al uso de dichos sistemas, permitiendo relacionarse a los diferentes usuarios vinculados a la institución, entre ellos y con la propia institución, de forma descentralizada:

- Universidad ↔ Universidad.
- Universidad ↔ Empresas.
- Universidad ↔ País.
- Universidad ↔ Internacional.

Además, señalan que en el ámbito universitario, la solución debe tener forma de ‘portal social’, frente al concepto de portal Web y de red social, tomando lo más adecuado de cada uno de ellos para los intereses de la institución y de sus usuarios.

El ‘portal social’ no es solamente un lugar de relación, ni un repositorio de vídeos, fotos o archivos, blogs, wikis o foros, el ‘portal social’ debe crear un espacio referencial de información orientado al personal interno, los estudiantes, los egresados, las instituciones, empresas y los profesionales académicos. Debe centralizar y difundir contenidos vinculados a la actividad de la universidad, ofrecer información con capacidad de descentralización de las fuentes de la misma y dotar a los usuarios de herramientas para el aprovechamiento del conocimiento.

Para Restrepo (2001, s/p), la transferencia de conocimientos, puede:



"(...) ser comercial o no comercial. Esta última se refiere a donaciones, divulgación, copia o piratería e incluso ingeniería inversa. La transferencia comercial en las universidades por medio de redes sociales se presenta: en los mercados de máquinas, de servicios o de licencias para usar tecnología patentada, en los sistemas "joint ventures" y en la inversión extranjera".

## CONCLUSIONES

De acuerdo a la comparación de investigaciones realizadas sobre el tema desarrollado pudo conocerse que el mayor uso que le dan los estudiantes universitarios a las redes sociales se enmarca en obtener información académica por diversas índoles, tales como: trampas académicas (trabajos, exámenes y otros), a pesar de que una gran parte de la población estudiantil las usa para subir fotos, imágenes, videos y juegos, así como también para socializar y relacionarse virtualmente con otras personas. Estas actividades fueron las que más se mencionaron en las fuentes consultadas, unidas al resto de las opiniones aportadas.

Es posible adaptar las plataformas tecnológicas de las redes sociales, se podría adaptar fácilmente a la formación de redes universitarias con la finalidad de comunicarse entre pares, intercambiar conocimiento, difundir información de las actividades por hacer, y discutir problemas.

La transferencia de tecnología, considerada en sus diferentes formas, es la mejor manera para hacer crecer el capital intelectual de un país u organización, pues la circulación del conocimiento genera a su vez nuevos conocimientos.

Sin embargo, es necesario recordar que, como se evidenció en este artículo, el acceso a la información es el medio y la forma más importante para tener acceso a la tecnología, debido a su bajo costo relativo y a la facilidad con que puede llegar a la sociedad. Especial atención merece el acceso a la tecnología que se tiene en los centros de enseñanza, debido a que la educación representa la forma más segura y productiva de transferir la tecnología.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alacreu, D. (2011). Seguridad y privacidad de los menores en las redes sociales. España. Universidad Politécnica de Valencia.
- Álvarez, F. y Escorza, S. (2008). Redes sociales en los sistemas de comunicación universitaria. III Taller Internacional La Virtualización en la Educación Superior. Febrero, Cuba.
- Casas, R. (2001). La formación de redes de conocimientos. Una perspectiva regional desde México. México. Edición Antrophos.
- Castro, F. (2002). Ciencia, innovación y futuro. España. Editorial Grijalbo.



- Chávez, N. (2001). Introducción a la investigación educativa. Venezuela. Ediciones ARS Gráfica, S.A
- Osorio, C. (2002). Enfoques sobre la tecnología. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. Número 2. (s/p).
- Pedreño, A. (2007). Tecnologías de educación universitaria. España. Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante.
- Quintanilla, M. (2001). Tecnología: un enfoque filosófico. España. Editorial Fundesco.
- Restrepo, G. (2001). El concepto y alcance de la gestión tecnológica. Documento en línea. Disponible en: [http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/guillermo\\_r/concepto.html](http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/guillermo_r/concepto.html). Consulta: 21/03/2015.
- Rodríguez, A.; Araujo, A. y Yulianov, E. (2003). Redes virtuales para la gestión del conocimiento: el caso de las universidades. En Non ídem iterum, Semper novum: homenaje al Prof. Dr. Manuel Ortigueira Bouzada. España. Edición Digital @ Tres.
- Socorro, F. (2004). Redes sociales: una aproximación al concepto. Documento en línea. Disponible en: [http://www.degerencia.com/articulo/redes\\_sociales\\_una\\_aproximacion\\_al\\_concepto](http://www.degerencia.com/articulo/redes_sociales_una_aproximacion_al_concepto). Consulta: 20/03/2015.
- Tapias, G. (1996). Transferencia de tecnología. Documento en línea. Disponible en: [http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/Heberto\\_t/transferencia\\_de\\_tecnologia.html](http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/Heberto_t/transferencia_de_tecnologia.html). Consulta: 19/03/2015.