

Comité Asesor sobre Observancia

Duodécima sesión

Ginebra, 4 a 6 de septiembre de 2017

ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN Y CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS UTILIZADAS COMO MEDIO PARA FOMENTAR EL RESPETO POR LA P.I.

Contribuciones preparadas por Antigua y Barbuda, Etiopía, Georgia, Omán y Perú y por investigadores de la Link Campus University, Roma (Italia)

1. En la undécima sesión del ACE, celebrada del 5 al 7 de septiembre de 2016, el Comité convino en mantener, como uno de los temas de su plan de trabajo, el “intercambio de información sobre experiencias nacionales en relación con actividades de sensibilización y campañas estratégicas utilizadas como medio para fomentar el respeto por la P.I. entre la población en general, especialmente los jóvenes, de conformidad con las prioridades en materia de educación o de otra índole de los Estados miembros”. En el presente documento se exponen las contribuciones preparadas por los Estados miembros, o en su nombre, acerca de ese tema.
2. El interés de los Estados miembros por la sensibilización y la educación de la opinión pública en materia de propiedad intelectual (P.I.) se puede comprobar en las iniciativas específicas que han emprendido con los jóvenes con objeto de fomentar su conocimiento de la P.I., no solamente en el contexto de la enseñanza oficial, sino también en contextos de carácter informal, como “juegos serios” o competiciones. Un Estado miembro muestra el modo en que un concurso anual para periodistas puede contribuir a dar mayor relieve a la P.I. en los medios de comunicación.
3. Los Estados miembros también describen en líneas generales las diversas actividades acometidas por sus Oficinas de P.I., dirigidas generalmente a distintos segmentos de la sociedad, como niños y jóvenes, estudiantes y miembros del personal docente de la Universidad, empleados en organismos encargados del cumplimiento de la ley y pequeñas y medianas empresas (pymes), además de agricultores.

4. Las contribuciones se presentan en el siguiente orden:

Campañas educativas y concursos destinados a los jóvenes para fomentar el respeto de la propiedad intelectual en Antigua y Barbuda.....	3
Etiopía: Actividades para sensibilizar sobre la importancia de la propiedad intelectual.....	8
Fomentar el respeto por la propiedad intelectual y concienciar desde la escuela: Una prioridad educativa en Georgia	13
El concurso de estudiantes de 2016 y 2017 en Omán que tiene por lema “El turismo y el respeto por la propiedad intelectual”	20
Experiencia peruana para fomentar el respeto por la propiedad intelectual entre la población.....	29
<i>True Hunters</i> : El juego que enseña a los adolescentes a respetar la propiedad intelectual (Italia)	33

[Siguen las contribuciones]

CAMPAÑAS EDUCATIVAS Y CONCURSOS DESTINADOS A LOS JÓVENES PARA FOMENTAR EL RESPETO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN ANTIGUA Y BARBUDA

*Documento preparado por la Sra. Ricki Camacho, Registradora de la Oficina de Propiedad Intelectual y Comercio de Antigua y Barbuda (ABIPCO), Ministerio de Justicia, Antigua, Antigua y Barbuda**

RESUMEN

En el presente documento se describen en detalle las campañas educativas y los concursos organizados en Antigua y Barbuda con el fin de difundir y fomentar el respeto de la propiedad intelectual (P.I.) entre los jóvenes, el sector privado y los funcionarios encargados del cumplimiento de la Ley. La falta de suficientes recursos financieros y humanos sigue siendo un obstáculo para maximizar el alcance de las campañas de sensibilización. No obstante, la Oficina de Propiedad Intelectual sigue aplicando métodos creativos con ese fin.

I. INTRODUCCIÓN

1. La Oficina de Propiedad Intelectual de Antigua y Barbuda (“la Oficina de P.I.”) se encarga del registro de los derechos de propiedad intelectual y fue creada en 2003 como división del Ministerio de Justicia.

2. Una parte importante del mandato de la Oficina de P.I. consiste en sensibilizar al público, tanto a los consumidores como a los creadores de obras de P.I., acerca de la P.I. y los derechos conexos, y en promover la observancia de las leyes pertinentes. Se trata de diseñar un programa válido y eficaz para un amplio espectro de la población tradicionalmente desconocedora de la importancia de este tema. En este sentido, la Oficina de P.I. ha centrado buena parte de sus esfuerzos y limitados recursos en la preparación de actividades y campañas estratégicas de sensibilización destinadas a los jóvenes, el sector privado y los funcionarios encargados del cumplimiento de la Ley. Su objetivo es hacer participar a estos sectores de la sociedad en las cuestiones relacionadas con los derechos de P.I. para que de esta forma se conviertan en canales de difusión en los hogares, comunidades y escuelas.

II. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

3. La Oficina de P.I. se ha esforzado por ser creativa para poder idear estrategias de comunicación que se ajusten a los límites presupuestarios. Se han programado así distintas actividades para la campaña de sensibilización, como los concursos y las visitas escolares anuales, o los programas de formación destinados a los funcionarios encargados del cumplimiento de la Ley y el sector privado, y difusión en las redes sociales. A continuación se explican en detalle cada una de estas actividades.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a la autora y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

A. CONCURSOS ESCOLARES

4. Desde 2011, la Oficina de P.I. organiza un concurso sobre el tema de la P.I. en el que pueden participar todas las escuelas de enseñanza primaria y secundaria de Antigua y Barbuda. El concurso cuenta con el patrocinio de un banco local. A su vez, recibe todo el apoyo del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, quien supervisa que los contenidos escritos y visuales sean útiles y apropiados para las escuelas. En cuanto a la OMPI, hace entrega de trofeos y certificados, además de invitar a un experto local para que haga las veces de juez.

5. En torno al concurso, se organizan también actos públicos y se distribuye material impreso. Ese material se distribuye a su vez en todas las escuelas de Antigua y Barbuda.

6. Para ese concurso anual se adapta al contexto local el tema del Día Mundial de la Propiedad Intelectual y se llevan a cabo pruebas que van desde la composición de canciones a la realización de películas con la cámara del teléfono móvil, pasando por la redacción de ensayos. La Oficina de P.I. está observando que la popularidad del concurso va en aumento. Por lo general hay seis ganadores, tres en la categoría de enseñanza secundaria y tres en la categoría de enseñanza primaria. La Oficina de P.I. publicará el nombre de los ganadores en su página web, una vez que la haya puesto a punto.

7. Este año se ha tratado de un amplio concurso sobre la base del tema del Día Mundial de la Propiedad Intelectual 2017: "La innovación mejora la vida". En las escuelas primarias se dio a elegir entre las siguientes opciones:

- *La innovación mejora la vida*: mediante un ensayo, un poema un vídeo o el diseño de un cartel, presentar a una persona de Antigua o de la región del Caribe que, gracias al uso innovador de la propiedad intelectual haya aportado mejoras en la vida de su familia, comunidad, país o región.
- *Respetando a los innovadores salimos todos ganando*: mediante un ensayo, un poema, un video o el diseño de un cartel, poner de relieve cómo podemos mejorar nuestra vida al respetar la propiedad intelectual de los innovadores de Antigua o de la región del Caribe.

8. La Oficina de P.I. requiere que los estudiantes lleven uniforme al grabar películas y se establecen límites de número de palabras en los ensayos. Además, está colaborando con profesores del Ministerio de Educación para cerciorarse de que se aplique un sistema de calificación válido y de que los trabajos sean evaluados adecuadamente teniendo en consideración la edad y el tipo de trabajo que se presente.

9. La Oficina de P.I. está convencida de que si los temas propuestos son pertinentes desde el punto de vista cultural, el concurso tendrá un impacto mucho mayor en un pequeño estado insular como Antigua Barbuda.

B. VISITAS A LAS ESCUELAS

10. Desde el año 2011, la Oficina de P.I. organiza visitas a escuelas de enseñanza primaria y secundaria y da charlas a una parte significativa del alumnado. La franja de edad y el número de estudiantes varían en función de lo que determinen el director y los profesores de los centros que se visitan. Una vez más, el tema del Día Mundial de la P.I.

guía el contenido de las charlas de cada año, pero en general, tanto las visitas a las escuelas como los concursos intentan sensibilizar a los jóvenes acerca de la P.I.

11. Normalmente, la Oficina de P.I. elige como mínimo cuatro escuelas de primaria y cuatro de secundaria para visitar cada año. Se intenta que haya un equilibrio entre escuelas de la ciudad y del campo y escuelas públicos y privados. Este año se ha ido a visitar la *Nyabinghi Theocracy School*, en la que estudian niños rastafari. El equipo de la Oficina de P.I. que efectúa la visita lleva consigo documentación específica y objetos del hogar protegidos por derechos de propiedad intelectual a título de ejemplo. En el transcurso de esas visitas, los alumnos reciben tebeos y libros de crucigramas elaborados por la OMPI. La Oficina de P.I. colabora estrechamente con los profesores de las escuelas.

12. Cada cierto tiempo, la Oficina de P.I. recurre a los servicios de un embajador invitado para que forme parte del equipo visitante. Estos embajadores suelen poner su experiencia al servicio de la campaña de sensibilización de manera voluntaria. A cambio reciben publicidad. Un artista local llamado Drastic también ha sido integrado en las visitas, y los estudiantes disfrutaban mucho cuando participa con su guitarra y sus canciones.

13. Las visitas a las escuelas y la participación de embajadores invitados son medios particularmente eficaces para que los niños aprendan el significado de la P.I. en un entorno estimulante. La Oficina de P.I. también ha llegado a la conclusión de que utilizar tantos elementos como sea posible en relación con la vida de los estudiantes es el medio más fácil de promover una toma de conciencia acerca de la P.I.

C. FERIA NACIONAL DE LA CIENCIA

14. La Oficina de la P.I. participa en la Feria Nacional de Ciencia, que tiene lugar dos veces al año, con la instalación de un puesto de exposición y la entrega de documentación general relacionada con la P.I. La feria se dirige a todas las escuelas de Antigua y Barbuda y en la última edición, en la que participó la Oficina de P.I., se contrató a un artista local para que dibujase el interior de una casa. En ella aparecían todos los objetos protegidos por derechos de P.I. como cepillos de dientes, bombillas, comederos para animales, regaderas o joyas, entre otros. A los jóvenes les gustó ver cómo la P.I. está presente en nuestra vida diaria y en nuestro entorno. Fue una manera sencilla y relativamente barata de iniciar un debate que posibilitase el intercambio de información relativa a la P.I. entre los jóvenes y explicase con ejemplos la incidencia que tienen los derechos de P.I. en nuestras vidas.

D. FORMACIÓN DESTINADA A LOS FUNCIONARIOS ENCARGADOS DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEY Y AL SECTOR PRIVADO

15. Los programas educativos no solo se dirigen a los jóvenes. Se han ideado programas anuales para sensibilizar a los funcionarios encargados del cumplimiento de la Ley en las cuestiones relativas a la P.I. Hemos observado de que en muchos más casos de lo que cabría esperar, los funcionarios encargados del cumplimiento de la Ley creen que la P.I. es un ámbito reservado a los abogados especialistas en este tema y sus clientes. No se dan cuenta de que la protección de la propiedad intelectual está recogida en la misma Ley que ellos se comprometen a hacer cumplir. A fin de abordar ese problema hemos organizado varios talleres.

16. La Oficina de P.I. ha estado trabajando también en favor del sector privado, organizando debates y talleres con los creadores y las pequeñas empresas. Ha comenzado a colaborar con la biblioteca pública de Antigua y el 24 de abril de este año organizó una charla sobre el derecho de autor y el tema del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, a la que asistieron muchas personas y se confía en poder organizar más conferencias en torno a la P.I. y temas conexos.

17. Las leyes que protegen la P.I. existen en beneficio de creadores, quienes, sin embargo, siguen en muchos casos sin conocer sus derechos. Este sector necesita saber que existen varias categorías de P.I. para proteger sus invenciones, diseños y creaciones.

E. REDES SOCIALES

18. La Oficina de P.I. es consciente de la importancia de las redes sociales y de su popularidad como medios masivos de comunicación. La Oficina de P.I. no tiene en estos momentos ni página en Facebook ni cuenta en Twitter, pero aprobó hace poco una dirección para alojar una página web. La idea es que esta página web se convierta en un centro de información de acceso directo en materia de P.I., donde se anuncien también los ganadores de los concursos anuales.

19. La Oficina de P.I. también recurre a los medios de comunicación locales. Cada año hay funcionarios de la oficina que participan en programas de la cadena local de televisión, ABS TV, concretamente, en el programa “Good Morning Antigua and Barbuda” así como en varias emisoras de radio. El 26 de abril de 2017, con ocasión del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, se organizó una jornada de puertas abiertas, a la que se invitó a la prensa. En ese marco, cerca de 12 personas expusieron sus creaciones y artesanías, desde obras escritas a productos como la salsa picante. Se aprovechó también la ocasión para presentar el concurso escolar de este año.

20. La Oficina de P.I. solicita el apoyo de los medios de comunicación para dar publicidad al concurso anual, y la respuesta en este sentido sigue siendo positiva, tanto de los medios impresos como de los digitales.

21. Hemos intentando sensibilizar al público para que entienda que los activos de P.I. tienen el mismo valor o incluso un valor mayor que los bienes inmuebles o las pertenencias materiales. A través del ejemplo de una salsa picante que se produce localmente, la *Susie's Hot Sauce*, intentamos demostrar que al proteger una marca como la de *Susie*, se vuelve única, fuerte y popular. Asimismo, hemos tratado de mostrar que la P.I. puede convertirse en una gran fuente de ingresos para Antigua y Barbuda por las vías de la protección del derecho de autor, las indicaciones geográficas y las marcas.

III. CONCLUSIÓN

22. La Oficina de P.I. sigue colaborando con los sectores público y privado en aras de la promoción de la P.I. Sigue manteniendo conversaciones con el Ministerio de Educación acerca de la inclusión de la P.I. en los planes de estudio de las escuelas, lo que supondría un gran impulso al trabajo que realiza, en particular, con los jóvenes. Se considera que se contribuiría así a crear una cultura de respeto de la P.I. desde la infancia. La Oficina de P.I. seguirá organizando concursos en las escuelas de primaria y secundaria, ya que son cada vez más populares y refuerzan la dinámica iniciada.

23. La Oficina de P.I. continuará buscando formas creativas de fomentar el respeto de la P.I., a pesar de los problemas que plantea la falta de financiación y de los recursos humanos necesarios para poner en práctica las ideas que se tienen para crear conciencia pública y fomentar la observancia de los derechos. Son problemas comunes para muchas oficinas de P.I.

24. La Oficina de P.I. recomienda que en el sitio web de la OMPI se publique más material que concierna específicamente a los jóvenes. Eso sería de gran ayuda para las iniciativas de sensibilización que lleva a cabo la oficina y para otras oficinas de P.I. Si bien son muy bien recibidas las noticias que se publican en el sitio web de la OMPI acerca de las actividades del Día Mundial de la P.I., el trabajo con los jóvenes requiere una atención específica para que sea eficaz.

25. La finalidad de la Oficina de P.I. es velar por que el Gobierno y los ciudadanos de Antigua y Barbuda cuenten con los conocimientos y la comprensión necesarios en materia de P.I. Deben estar al tanto de sus derechos y de los recursos de que disponen. Además, la oficina aspira a velar por que se promulguen leyes adecuadas y se cuenten con las debidas políticas de observancia para proteger los derechos de P.I. Se espera también incrementar la frecuencia y la calidad del diálogo en el plano nacional y aumentar el nivel de participación de los ciudadanos y los socios gubernamentales, de modo que se promueva la diversificación y el crecimiento económico de Antigua y Barbuda.

ETIOPÍA: ACTIVIDADES PARA SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

*Contribución preparada por el Dr. Mandefro Eshete, Director General de la Oficina Etíope de Propiedad Intelectual (EIPO), Addis Abeba (Etiopía)**

RESUMEN

En el presente documento se pasa revista a la experiencia de las actividades de sensibilización realizadas por Etiopía para fomentar el respeto por los derechos de propiedad intelectual (P.I.). La sensibilización es una de las principales esferas de actividad de la Oficina Etíope de Propiedad Intelectual (EIPO). Dicha actividad se cumple con eficacia mediante los cuatro departamentos de la Oficina, a saber: la Dirección de Patentes y Transferencia de Tecnología, la Dirección de Marcas, la Dirección de Protección y Fomento del Derecho de Autor y de los Conocimientos Comunitarios y la Dirección de Propiedad Intelectual y Desarrollo. La integración de los servicios de registro de la EIPO con las actividades de sensibilización de las distintas direcciones contribuye a que aumente el número de registros. Aparte de eso, la coordinación establecida con diversos organismos públicos ayuda a sensibilizar al gran público acerca de la importancia que tiene la P.I. La falta de recursos humanos y económicos es un problema pendiente.

I. INTRODUCCIÓN

1. Los derechos de propiedad intelectual están plasmados en la Constitución etíope de 1994. En el artículo 55.2)g) de la Constitución se dispone que el Parlamento Federal tiene la potestad de dictar leyes de patentes y de derecho de autor. Según el artículo 51.19) de la Constitución, compete al Gobierno Federal la concesión y la observancia de derechos de P.I. Desde que fuera promulgada la Constitución ha habido resultados. En lo que respecta al marco legislativo se aprobaron las siguientes leyes: la Ley de Invenciones, Invenciones Menores y Diseños Industriales y su Reglamento de Ejecución (1997); la Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos (2004); y la Ley de Marcas (2006).

2. Antes de 2003 la administración de propiedad intelectual se encontraba fragmentada en Etiopía. La Comisión Etíope de Ciencia y Técnica era competente para administrar las cuestiones relativas a las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales. Al Ministerio de Juventud, Deporte y Cultura correspondía el derecho de autor. Las marcas eran potestad del Ministerio de Industria y Comercio. Fue en virtud de la Ley N.º. 320 que en 2003 se creó la Oficina Etíope de Propiedad Intelectual (EIPO) y las funciones de las instituciones mencionadas pasaron a la esfera de competencias de la EIPO.

II. ACERCA DE LA OFICINA ETÍOPE DE PROPIEDAD INTELECTUAL (EIPO)

3. Corresponde a la EIPO aplicar las leyes nacionales que rigen la propiedad intelectual y asimismo dotar de la capacidad necesaria para prestar el servicio de modo eficiente y eficaz. La Oficina es un organismo público autónomo que posee personería jurídica propia y depende del Ministerio Etíope de Ciencia y Técnica.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden al autor y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

4. La misión de la EIPO es convertirse en la principal oficina nacional de P.I. que impulse el desarrollo y con ese propósito fomenta la actividad inventiva y creativa del país, facilita la difusión de la tecnología extranjera y contribuye en gran medida a impulsar los valores culturales y la industria y el comercio nacional y a mejorar las condiciones de vida los de etíopes. Para ello, la Oficina da prioridad a las siguientes actividades:

- proteger los derechos de P.I. para impulsar la actividad inventiva y creativa y los principios del comercio justo en el ámbito de la nación;
- formar al personal en las cuestiones de la P.I.;
- fomentar entre los usuarios la comprensión del valor y la importancia que tiene la P.I.;
- reforzar la capacidad administrativa y de observancia de la P.I. para los abogados, jueces, fiscalía, policía y funcionarios de aduanas; y
- establecer vínculos con institutos de investigaciones, instituciones docentes, cámaras de comercio y demás instituciones competentes regionales y federales utilizando la infraestructura actual de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

5. De acuerdo con la ley por la cual fue creada, la Oficina tiene los siguientes objetivos y mandatos:

- prestar la protección jurídica apropiada para la explotación de la P.I. en el país;
- reunir, ordenar y difundir la información técnica contenida en los documentos de patentes e impulsar su utilización;
- estudiar, analizar y recomendar al gobierno políticas y leyes de P.I.; y
- fomentar entre el gran público el conocimiento y la comprensión de la P.I.

III. ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN

A. OBJETO

6. Las actividades de sensibilización de la EIPO tienen por objeto las patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas y el derecho de autor. Además de los principales derechos de P.I., las actividades de sensibilización se dirigen también, entre otros, a los conocimientos tradicionales y la utilización de la P.I. para impulsar el desarrollo.

a) Patentes, modelos de utilidad y diseños industriales

7. En el Segundo Plan de Crecimiento y Transformación de Etiopía se establece que la P.I. es un instrumento que impulsa el desarrollo y se pretende estimular a los innovadores para que refuercen su capacidad técnica y fomentar la industria nacional. Además de estimular y respaldar a los innovadores nacionales, las leyes de protección de las invenciones (que resguardan a las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales) incluyen disposiciones relativas a la observancia de los derechos. Las actividades de sensibilización en dichos campos tienen por fin estimular la actividad inventiva e innovadora y también reforzar la observancia de los derechos que se conceden válidamente. Por ende, se llevan a cabo diversas actividades de sensibilización todos los años.

b) Marcas

8. Según las últimas estadísticas, hay más de un millón de comerciantes inscritos en Etiopía. Dichos comerciantes están obligados por ley a usar un nombre comercial. Pese al abultado número de sociedades inscritas que pueden usar los servicios de la EIPO para registrar sus marcas, es muy escaso el número de marcas que se registran en Etiopía. Según un estudio realizado por la EIPO, una de las causas de ello es la falta de comprensión de la diferencia entre el nombre comercial y la marca. La Dirección de Marcas cumple actividades de sensibilización para subsanar dicho problema.

9. Otro campo que suscita el interés de la EIPO es la extendida costumbre de registrar en Etiopía marcas extranjeras por personas que no tienen relación con los titulares de las marcas extranjeras. Dicha actividad perjudica la inversión extranjera directa. Se ventilan ante la justicia varias causas por esa cuestión. Las actividades de sensibilización de la EIPO también apuntan a dicho problema.

10. El tercer foco de atención de la EIPO radica en la falta de comprensión de la infracción de los derechos de marca. En los casos de infracción que están en manos de la policía, la EIPO observa que la policía y demás órganos encargados del cumplimiento de la ley no están bien dotados para llevar los asuntos de P.I. Para subsanar ese problema la EIPO realiza actividades de sensibilización dirigidas a la judicatura, la fiscalía, la policía y la aduana.

11. Otro campo de interés de la Dirección de Marcas de la EIPO es un programa titulado "La P.I. en pro del desarrollo". Dicho programa tiene por objeto las comunidades rurales y se pretende estimularlas a que utilicen la P.I. para realzar el valor de sus productos. Gracias a dicha iniciativa la EIPO ha registrado varios productos como marcas colectivas en favor de asociaciones cooperativas, sindicatos y gobiernos municipales. *Yemenz Beg, Ye'arerti Shimbra (Shimbra Dube)* y *Yeminjar Nech Teff* son algunas de las marcas que han sido inscritas. La EIPO utiliza dicha iniciativa para sensibilizar al mundo rural de la importancia que tiene la P.I.

c) Derecho de autor

12. Etiopía cuenta con más de 80 etnias que hablan su propia lengua y poseen ricas tradiciones históricas y culturales. En el Código Civil de 1960 se recogieron disposiciones de derecho de autor, las cuales no fueron suficientes. Por tanto, en 2004 se promulgó una ley especial de derecho de autor y derechos conexos. La promulgación de dicha ley fue precedida por varias manifestaciones callejeras y reuniones públicas de los titulares de derechos para exigir protección y con posterioridad la policía realizó operaciones en las cuales se incautaron y destruyeron en público mercaderías que infringían el derecho de autor. Dichos acontecimientos dieron a la EIPO la rara oportunidad de realizar audaces actividades de sensibilización.

13. Pese a que la Ley de Derecho de Autor de 2004 es una ley moderna cuando se la compara con las disposiciones de derecho de autor que se recogen en el Código Civil, adolecía de un grave problema: la falta de disposiciones relativas a las organizaciones de gestión colectiva. Dicha deficiencia se corrigió en 2015 por la vía de una reforma de la ley. Tras la promulgación de dicha reforma, todas las asociaciones profesionales del ramo del derecho de autor se unieron con el fin de crear la primera organización de gestión colectiva. La EIPO ha respaldado dicha actividad en los dos años últimos. La próxima constitución de la primera organización de gestión colectiva en Etiopía brindó a la EIPO la rara oportunidad de sensibilizar sobre el derecho de autor y derechos conexos al público en general y a los titulares de derechos en particular. Hace poco, se aproximó a la EIPO un grupo de titulares

de derechos que querían establecer su propia organización de gestión colectiva. Las actividades de sensibilización realizadas por la EIPO en dicha esfera son de enorme importancia para impulsar a las organizaciones de gestión colectiva.

B. PÚBLICO AL QUE SE DIRIGEN LAS CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

14. Las actividades de sensibilización de la EIPO están destinadas a la gran mayoría de las capas que forman la sociedad etíope, principalmente a los funcionarios encargados del cumplimiento de la ley. La policía es el primero de dichos organismos al cual acuden los titulares de derechos de P.I. cuando esos derechos son vulnerados. Como la policía no cuenta con un departamento que se encargue de la P.I., solicita asesoramiento a la EIPO para elucidar los casos de infracción. Aunque la EIPO no se muestra muy dispuesta a cumplir esa función, en los hechos, presta el asesoramiento solicitado. Sin embargo, para que la policía y los demás organismos encargados del cumplimiento de la ley puedan formarse opinión propia sobre los casos de infracción, la EIPO colabora con ellos para acrecentar su conocimiento de la materia de la P.I. Con el fin de subsanar esa falta de preparación la EIPO colabora con la OMPI para crear una academia nacional de P.I.

15. Las instituciones docentes públicas y privadas también son objeto de las actividades de sensibilización, que se dirigen no solo al personal docente e investigador, sino también a los alumnos. A cambio, las instituciones docentes, sobre todo la universidad, solicita a la EIPO asistencia para formular políticas de P.I. en las respectivas instituciones. Se llevaron a cabo tres estudios de dichas características para universidades y para dos instituciones de enseñanza técnica y profesional.

16. Además de los órganos encargados del cumplimiento de la ley y de los establecimientos docentes, se realizan actividades de sensibilización para la empresa privada, como los exportadores de café, y para la pequeña y mediana empresa (Pymes). El objetivo de dicha formación es fortalecer las capacidades de las Pymes para que puedan utilizar con buen resultado la P.I.

17. La prensa, tanto escrita como electrónica, es otro de los destinatarios de las campañas de sensibilización de la EIPO y por ese medio se puede llegar a los lectores de dichas publicaciones.

C. MEDIOS CON LOS QUE SE REALIZAN LAS CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

18. La Oficina utiliza diversos medios para realizar las actividades de sensibilización. Los cursillos es el primero de ellos. Teniendo en cuenta el hecho de que no existe en Etiopía formación especial en P.I., la mayoría de las partes interesadas en la P.I. solicitan a la EIPO cursillos para sensibilizar sobre la importancia de la P.I. Dicha formación es la preferida por las partes interesadas porque da la oportunidad de aprender y cambiar opiniones sobre las cuestiones fundamentales de la P.I.

19. Las exposiciones son otro medio y la EIPO siempre aprovecha la oportunidad de instalar una caseta en las exposiciones que realizan otras instituciones. Esa actividad se cumple con frecuencia y atrae a un elevado número de visitas, principalmente para dar a conocer las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales. Por esa vía se consigue llamar la atención del gran público acerca de las diversas invenciones registradas en la EIPO y en algunos casos se consigue que los inventores puedan vender sus inventos.

20. La EIPO también se vale de la prensa escrita para sus actividades de sensibilización y, en consecuencia, ha suscrito contratos con algunos diarios de circulación nacional. Además, las autoridades de la EIPO conceden entrevistas de prensa sobre determinadas cuestiones.

21. Además de con la prensa, la EIPO tiene convenios con las instituciones docentes del país y con los institutos regionales de ciencia y técnica, que han sido creados últimamente. Para facilitar dicha labor la EIPO mantiene protocolos de acuerdo con varias universidades e institutos públicos y privados, y por ese medio se sensibiliza de la importancia de la P.I. al personal docente e investigador y a los alumnos. La universidad constituye una plataforma para dar a conocer la P.I. en el seno del medio social donde radica cada establecimiento. Considerando el hecho de que las universidades están distribuidas por todo el país, brindan la vía óptima para llegar al conjunto de la opinión pública. Gracias a ese medio, además de sensibilizar sobre la P.I., la EIPO consigue ayudar a las partes interesadas a que utilicen la P.I. en la vida cotidiana y mejoren sus ingresos. El programa "La P.I. en pro del desarrollo" es una muestra del fruto que arroja la colaboración de la EIPO con la universidad.

IV. CONCLUSIÓN

22. La EIPO integra las actividades de sensibilización en su labor cotidiana. Ha realizado un elevado número de tales actividades, pero para conseguir más es preciso coordinar la labor de los distintos departamentos de la Oficina y crear un plan estratégico. Además, se deberá reforzar la capacidad de la judicatura y de los órganos encargados del cumplimiento de la ley con el fin de sentar sólidos cimientos para fomentar el respeto por la P.I.

FOMENTAR EL RESPETO POR LA P.I. Y CONCIENCIAR DESDE LA ESCUELA: UNA PRIORIDAD EDUCATIVA EN GEORGIA

*Contribución preparada por el Sr. Nikoloz Gogilidze, presidente del Centro Nacional de Propiedad Intelectual (Sakpatent), Mtskheta (Georgia)**

RESUMEN

Sensibilizar acerca de la importancia de la propiedad intelectual (P.I.) y señalar las orientaciones prioritarias de la política nacional en dicho ámbito, así como de su aplicación, se cuentan entre las principales funciones la Oficina de P.I. de Georgia, “Sakpatenti” (“la Oficina”). En el plan de acción 2014-2018 de Sakpatenti, se definieron, como orientaciones prioritarias, las actividades encaminadas a fomentar la innovación y el respeto por la P.I. Además, se adoptó la decisión de integrar esta cuestión en los programas educativos de los escolares y de emprender iniciativas promocionales desde la infancia mediante diversas actividades educativas. Para lograr dicho objetivo, la Oficina, en cooperación con el proyecto de Georgia de educación primaria (G-PriEd), elaboró materiales de lectura para los escolares de los grados 3 a 5 y preparó cursos especiales sobre P.I. para grupos específicos.

I. INTRODUCCIÓN

1. El Gobierno de Georgia reconoce que la calidad de su sistema educativo es el motor del desarrollo social y económico. A ese respecto, el Gobierno ha llevado a cabo importantes reformas para transformar su sistema educativo en un modelo dinámico, centrado en la motivación del estudiante. En la medida en que la propiedad intelectual (P.I.) es uno de los factores básicos del crecimiento económico, Sakpatenti decidió poner en marcha un proyecto educativo especial para estudiantes de enseñanza primaria encaminado a fomentar el respeto por la P.I. y a fomentar las actividades de innovación entre la nueva generación.
2. El programa especial se puso en marcha en cooperación con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el programa G-PriEd. El proyecto contribuye a la consecución del objetivo del Gobierno de Georgia proporcionando asistencia exhaustiva al sistema de educación primaria a fin de mejorar las competencias de lectura y de matemáticas de los escolares georgianos, además de mejorar sus aptitudes empresariales en los grados 1 a 6.
3. El proyecto tenía por objeto elaborar materiales de lectura para escolares de los grados 3 a 5 sobre diferentes temas de P.I.: derecho de autor, marcas y patentes.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden al autor y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

II. ELABORACIÓN DE MATERIAL DE LECTURA

4. Sakpatenti encargó a Irma Malatsidze, escritora de libros para niños, que escribiera cuentos sobre derecho de autor, marcas y patentes. La autora escribió cinco libros: *Doremus Solasi*, *Velitas de estrellas*, *La sombrilla*, *La lavadora* y *La brújula*.



5. Distintos expertos en educación, en el marco del proyecto G-PriEd, clasificaron los cuentos por grados teniendo en cuenta el número de palabras y su dificultad de lectura. En función de dicha evaluación, se estimó que los textos eran aptos para los grados 4 y 5 y se establecieron unos niveles de lectura de 3,1 a 5,3.

6. Las ilustraciones de los libros corrieron a cargo de Zurab Sulakauri, ilustrador de libros para niños, utilizando combinaciones de colores de fácil percepción para niños de enseñanza primaria.

- *Doremus Solasi* es un cuento sobre derecho de autor. El cuento, cuya idea principal fue elaborada por la Asociación de Derecho de Autor de Georgia (GCA), se compone de personajes especiales, por ejemplo, un autor, a saber, el compositor “Doremus Solasi”, un intérprete o ejecutante, “Linovio”, y otros personajes que representan a infractores del derecho de autor y abogados de derecho de autor;
- *Velitas de estrellas* trata de la protección de las marcas, y
- *La sombrilla, La lavadora y La brújula* son historias sobre inventores y patentes.

7. Todos los cuentos tratan sobre la innovación y la protección y la observancia de los derechos de P.I. y en ellos se tratan varios aspectos de P.I. Los hechos relacionados con la protección y la infracción de los derechos de P.I. suceden en países ficticios: *Intellectiana*, *Samartliana* (*Samartali* significa “ley” en georgiano) y *Mekobrian* (Mekobre significa pirata en georgiano).

- En *Intellectiana*, se fomentan las actividades creativas y los habitantes de ese país obtienen gran provecho de sus innovaciones;
- *Samartliana* es un país en el que se protege enormemente la innovación y cuyos habitantes son conocidos por su capacidad como mediadores equitativos y su participación en actividades de divulgación de información sobre los derechos de P.I. y de fomento del respeto del estado de derecho en todo el mundo;
- *Mekobriana* es un país afectado por infractores de derechos de P.I., que, a medida que se familiarizan con los derechos de P.I. y se dan cuenta de lo importante que es protegerlos, empiezan a fomentar el respeto por la P.I. y logran obtener importantes beneficios económicos de forma limpia y eficiente.

8. Como en todos los cuentos de hadas, estos relatos tienen final feliz y, al final, los infractores empiezan a respetar los derechos de P.I. Los libros constituyen un complemento de los materiales de lectura dirigidos a niños de enseñanza primaria y se han distribuido en más de 500 escuelas públicas de Georgia.¹

9. Los libros están disponibles en Internet en el portal web <http://www.kargiskola.ge/>² y en el sitio web oficial de la Oficina: <http://Sakpatenti.org.ge/ka/publications/>.

10. Además, la Oficina facilitó al proyecto G-PriEd información acerca de diferentes derechos de P.I., publicada en la revista *Reading Time*, una publicación para niños financiada por USAID/G-PriEd. En los artículos se explica, en líneas generales, qué son las marcas, las patentes y otros títulos de P.I.

¹ En colaboración con un equipo de especialistas en educación y el Departamento Curricular Nacional del Ministerio de Educación y Ciencia (MES) de Georgia, el proyecto G-PriEd elabora libros para profesores, recursos didácticos de lectura constituidos por periódicos para estudiantes correspondientes a los distintos grados educativos, en papel y formatos de audio y multimedios, carteles educativos, tarjetas de actividades de lectura y matemáticas y juegos manipulativos para aprender matemáticas. Estos recursos facilitan la creación de un entorno propicio a la enseñanza y la aplicación de diferentes técnicas de enseñanza, y, con ese fin, se alojan periódicamente en un portal web.

² En el marco del proyecto G-PriEd, se elaboró un portal web de sus recursos en línea, gestionado por el sistema de información para la gestión educativa del Ministerio, cuyo objeto es aumentar el acceso de las escuelas destinatarias a programas y seminarios web de calidad en materia de formación, a recursos educativos y para estudiantes, materiales de vídeo, herramientas de evaluaciones de diagnóstico, planes de cursos y actividades para los padres.

III. CURSO ESPECIAL DE P.I.

11. Para que los materiales de lectura suplementarios fueran distribuidos correctamente entre los destinatarios, se decidió elaborar el plan de un curso especial para los profesores, diseñado por expertos en educación del proyecto G-PriEd y en cooperación con Sakpatenti. Los cursos especiales fueron impartidos en las escuelas públicas de Georgia con motivo del Día Mundial de la P.I.

12. En 2016 se preparó un curso especial, basado en el material de lectura complementaria *Doremus Solasi*, y se distribuyó en todas las escuelas que participan en el proyecto G-PriEd. La finalidad del curso era familiarizar a los estudiantes con las leyes de derecho de autor y fomentar entre ellos la observancia de las mismas. Los días 25 a 27 de abril de 2016, el curso fue impartido en más de 100 escuelas de todo el país. Representantes del proyecto G-PriEd y de Sakpatenti visitaron algunas escuelas que habían sido seleccionadas a tal efecto para abrir debates entre los estudiantes sobre cuestiones de derecho de autor. En el octavo número del periódico para estudiantes *Reading Time*, el proyecto G-PriEd incluyó un artículo sobre cuestiones de P.I. y el Día Mundial de la P.I., escrito en colaboración con la Oficina. Con la aprobación del MES, el plan del curso se divulgó entre determinadas escuelas. El MES apoyó la iniciativa informando a los centros de recursos educativos acerca de esa actividad y recomendó a las escuelas que estuvieran interesadas que participaran en ella.

13. En 2017 se presentó el segundo ciclo de las actividades de formación especial, dedicado al Día Mundial de la P.I., con el lema “La innovación mejora la vida”. Se elaboró un plan del curso especial basado en tres materiales de lectura complementaria: *La brújula*, *La sombrilla*, y *La lavadora*, y se distribuyó entre todas las escuelas participantes. En el curso se incluían materiales de lectura extraídos del sitio web de Sakpatenti sobre las más importantes innovaciones de todos los tiempos. El curso tenía por objeto aumentar el conocimiento de los estudiantes sobre las innovaciones y sus efectos en la vida diaria, así como en el progreso tecnológico en general. Del 25 al 28 de abril, el curso se impartió en unas 100 escuelas públicas ubicadas por todo el país. Representantes de Sakpatenti, del proyecto G-PriEd y de USAID visitaron 133 escuelas y asistieron a tres cursos impartidos en los grados 4 y 5.

14. El principal objetivo de los cursos especiales mencionados anteriormente era fomentar el respeto por la P.I. entre los más jóvenes y familiarizarlos con los diferentes tipos de derechos de P.I.





FRAGMENTO DEL PLAN DEL CURSO

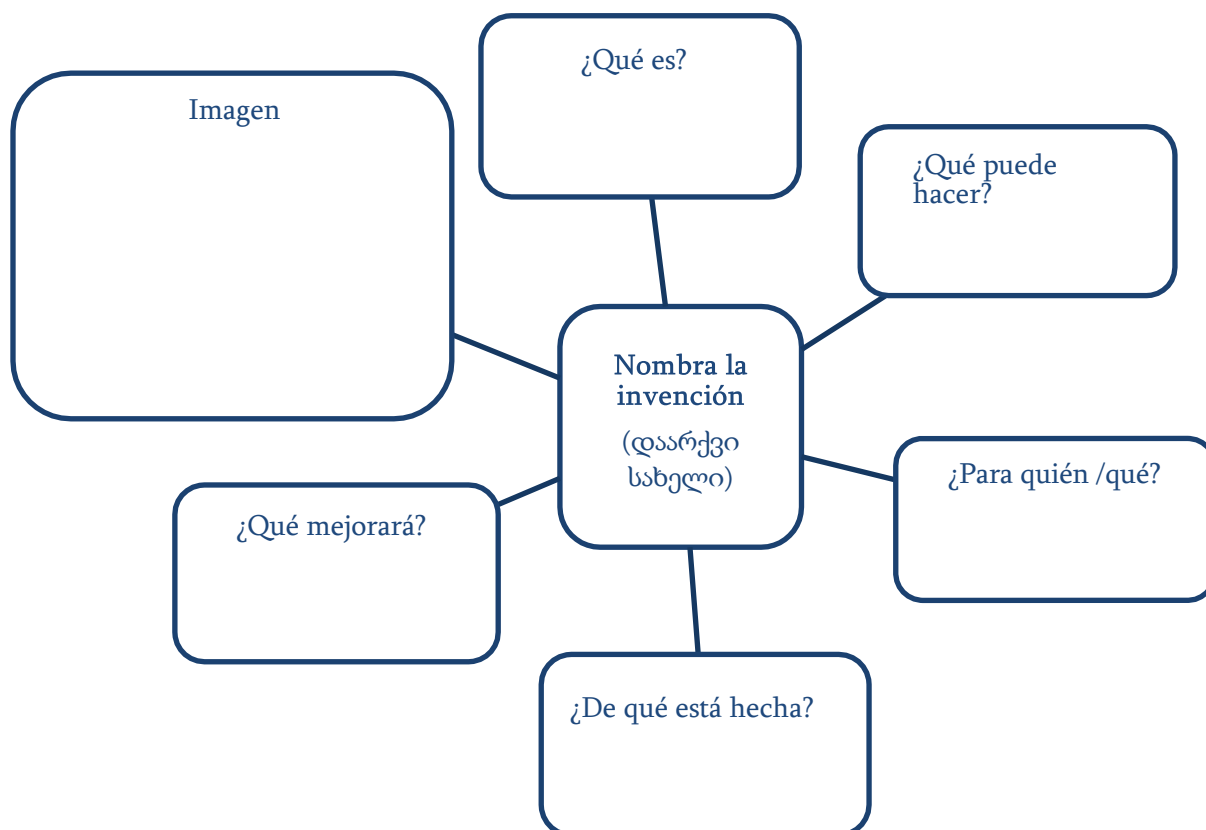
<p>Introducción: El curso y el material adicional son producto de un trabajo en colaboración entre el proyecto de educación primaria de Georgia y Sakpatenti. El curso está dedicado al Día Mundial de la Propiedad Intelectual, evento organizado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y que se celebra anualmente, el 26 de abril. El lema de 2017 es “La innovación mejora la vida”. El curso comprende varias actividades, entre otras, actividades de lectura, escritura y ponencias, trabajos de grupo y aprendizaje colaborativo.</p>	
<p>Elaboración: Tata Chanturia, Lela Qistauri</p>	
<p>Materias: Idioma y literatura georgianos; educación cívica</p>	<p>Grados: IV-VI</p>
<p>Tema: Invenciones e innovaciones</p>	<p>Tiempo: 90 Min.</p>

<p>Objetivos de enseñanza (conocimientos, competencias, enfoques)</p> <p>Los alumnos serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Evaluar la función de las invenciones y las innovaciones en la vida cotidiana;• Leer y preparar textos sobre invenciones interesantes;<input type="checkbox"/> Examinar los factores que propician las invenciones/innovaciones y los resultados de la innovación;<input type="checkbox"/> Generar ideas originales para crear o mejorar productos innovadores;<input type="checkbox"/> Evaluar y valorar la función de las invenciones y la labor de los creadores de productos innovadores.
<p>Organización de las clases</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> El profesor trabaja con toda la clase: trabajo de grupo<input type="checkbox"/> Los alumnos trabajan individualmente: enseñanza independiente<input type="checkbox"/> Los alumnos trabajan en grupos pequeños: aprendizaje en grupos pequeños
<p>Métodos y actividades básicos durante el curso:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Buscar fotografías escondidas, seguir pistas;<input type="checkbox"/> Leer y tomar notas;<input type="checkbox"/> Elaborar y rellenar gráficos;<input type="checkbox"/> Celebrar mini-debates;<input type="checkbox"/> Presentaciones de PowerPoint a cargo del profesor, y<input type="checkbox"/> Mapa mental.

15. El resultado de los cursos fue impresionante. Los alumnos participaron activamente en las diferentes tareas que propuso el profesor. Debatieron activamente sobre los libros de lectura complementaria y todos convinieron en que debe castigarse a los infractores y que todos debemos respetar los derechos de P.I.

16. A los escolares se les presentaron las 10 invenciones modernas más importantes que han transformado el mundo, y ellos mismos presentaron sus propias invenciones.

Esquema de la presentación



17. En el Día Mundial de la P.I. de 2017, se grabó y presentó un breve vídeo sobre los cursos especiales en las páginas de Facebook y en los canales de youtube de la USAID y de Sakpatenti, cuyo mensaje principal era que intentar hacer cosas nuevas y ser innovador y creativo es divertido (véase https://www.facebook.com/worldipday/?ref=br_rs).

IV. PLANES FUTUROS

18. Sakpatenti tiene previsto mantener su cooperación con el proyecto G-PriEd y llevar a cabo otros proyectos encaminados a sensibilizar acerca de la importancia de los derechos de P.I. y fomentar el respeto por los mismos.

19. La Oficina participa en el proyecto de la OMPI "IP4Kids" y tiene previsto traducir y adaptar el curso general sobre P.I. (DL-101). Para poder impartir enseñanza sobre P.I., los profesores deben haber seguido previamente el curso DL-101 y haber participado en la formación de instructores.

20. Las actividades de capacitación y de sensibilización siguen siendo fundamentales en el programa educativo de Sakpatenti. Deberían mantenerse los actuales progresos en cooperación con los socios internacionales y la Oficina tomará nuevas medidas en el contexto del fomento del respeto de los derechos de P.I. entre los jóvenes.

EL CONCURSO DE ESTUDIANTES DE 2016 Y 2017 EN OMÁN QUE TIENE POR LEMA “EL TURISMO Y EL RESPETO POR LA PROPIEDAD INTELECTUAL”

*Contribución preparada por la Dra. Maya Said Alazri, especialista en educación, Departamento de Planes de Estudio, Directora de Innovación y Olimpiada Científica, Ministerio de Educación, Mascate (Omán)**

RESUMEN

El sector de la enseñanza prestó gran atención a la propiedad intelectual (P.I.) en el último año lectivo a raíz de la Estrategia Nacional de Innovación, aprobada hace poco. Fomentar la importancia de la protección de los derechos de P.I., particularmente, entre los jóvenes y en la sociedad en general, es uno de los principales objetivos de dicha estrategia. De entre las actividades realizadas sobresale un concurso de carteles creados por estudiantes con el fin de estimular a los turistas a que compren productos originales y rechacen los productos falsificados que pueden representar un peligro para la salud y una pérdida patrimonial. Complementaron el concurso otras actividades, como visitas a los establecimientos docentes, charlas de sensibilización para alumnos y profesores, actos concebidos para las distintas capas de la sociedad, una muestra de dibujos hechos por alumnos y representaciones teatrales y concursos para el gran público. La prensa se hizo eco de las actividades mencionadas, gracias a lo cual se pudo llegar a un público más extenso. En el Día Mundial de la Propiedad intelectual los ganadores del concurso fueron premiados por la OMPI y por empresas del sector privado.

I. CONCEPTO

1. El concurso de estudiantes contó con el patrocinio de la División de la OMPI de Fomento del Respeto por la P.I. El lema del presente año fue “El turismo y el respeto por los derechos de P.I.” con el propósito de idear un cartel que sería fijado en aeropuertos, balnearios y demás destinos turísticos de Omán para exhortar a los turistas a que no compren artículos falsificados que infringen los derechos de P.I. y que podrían ser confiscados cuando regresen al país de origen.

II. LABORES PREPARATORIAS

2. El concurso constó de varias fases preparatorias que culminaron con la elección de los ganadores de todo el país:

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a la autora y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

A. FASE 1: CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN ORGANIZADORA

3. Atendiendo al hecho de que el concurso se denominó “El turismo y el respeto por los derechos de P.I.”, todos los organismos competentes mantuvieron una reunión de coordinación con el fin de idear un mecanismo para celebrar el concurso en todos los establecimientos docentes de la Sultanía. Asistieron representantes de:

- Ministerio de Educación;
- Departamento de Propiedad Intelectual en representación del Ministerio de Industria y Comercio;
- Departamento de Fomento del Turismo en representación del Ministerio de Turismo,
- Dirección Pública de Radio y Televisión; y
- Administración Pública de Aduanas, Policía de Omán.

4. Los asistentes a la reunión examinaron la posibilidad de celebrar el concurso en los institutos de toda la jurisdicción de la Sultanía, el proyecto de mecanismo y la función de cada organismo. El Ministro de Educación aprobó un proyecto que fue presentado en la reunión y dictó una decisión ministerial por la cual se constituyó un equipo técnico formado por representantes de todos los organismos competentes con la misión de organizar y dirigir el concurso y el cual debería cumplir los siguientes fines:

- coordinar con todas las partes interesadas;
- escoger los establecimientos docentes que intervendrían en el concurso;
- preparar el plan de ejecución;
- establecer, previa consulta con los expertos, las normas de calificación y las condiciones de selección;
- cooperar con los organismos internacionales para dar la formación necesaria para llevar a cabo el concurso;
- brindar apoyo para que los establecimientos docentes elegidos pudieran celebrar el concurso;
- dar cuenta a la OMPI de las actividades cumplidas durante el periodo del concurso;
- y
- atraer patrocinadores nacionales y dar difusión al concurso por medio de la prensa.

5. El mecanismo de ejecución previsto comprendía:

- alumnos de enseñanza secundaria;
- escuelas públicas y privadas; y
- por ser la primera vez que se celebraba el concurso, quedaría restringido a la Provincia de Mascate y en el futuro se haría extensivo a las demás provincias.

B. FASE 2: EJECUCIÓN

6. Después de informar a todos establecimientos docentes de la Provincia de Mascate, el equipo técnico celebró una reunión a la que asistieron unos 200 profesores, de institutos públicos y privados, a los que se encargó la realización del concurso. En la reunión se pasó revista a documentos con propuestas presentadas por los representantes de las distintas partes interesadas. Dichos documentos giraban en torno a las siguientes ideas, entre otras:

- sensibilizar a los profesores sobre los derechos de P.I. y el modo de protegerlos, y la función que cumplen los profesores en lo que respecta a fomentar el respeto por los derechos de P.I. entre los alumnos;

- divulgar experiencias de otros países en el campo de la sensibilización sobre los derechos de P.I., especialmente entre los estudiantes.



7. En la reunión el Departamento de Propiedad Intelectual del Ministerio de Industria y Comercio distribuyó publicaciones sobre los derechos de P.I., como las marcas, los derechos de autor y las patentes, y se celebró una mesa redonda para atender las preguntas de los profesores sobre el concurso, los premios y los criterios referidos a la concepción de los carteles. Se fijó en comienzos de diciembre de 2016 el término del plazo para la recepción de las obras de los alumnos concursantes con el fin de que el equipo técnico pudiera hacer la primera selección de los dibujos que pasarían a la fase final.

8. El concurso fue acogido positivamente por numerosos alumnos. Los establecimientos docentes explicaron a los alumnos la idea en la que se inspiraba el concurso, sus objetivos y los criterios para elegir a los ganadores. Además, se emprendió una campaña en los medios sociales para impulsar el trato directo con la Comisión Organizadora y con el fin de destacar las actividades que se llevarían a cabo en los institutos de forma paralela al concurso.



C. FASE 3: PRIMERA SELECCIÓN

9. Se recibieron dibujos de un centenar de institutos de la Provincia de Mascate. El primer paso fue filtrar las obras que no se ajustaban a los objetivos del concurso.

10. El equipo técnico se reunió con los alumnos que resultaron elegidos para la fase definitiva y con sus profesores para hacer hincapié en las cuestiones fundamentales relativas a la protección de la P.I. Los documentos fueron aportados por:

- Ministerio de Educación: Sobre los conceptos y los tipos de propiedad intelectual y la importancia de proteger las creaciones de P.I. en vista del gran valor que poseen para la economía y el desarrollo del país. Durante la exposición se proyectó un cortometraje sobre los perjuicios económicos, sociales y para la salud que los productos falsificados causan a los individuos, la sociedad y el Estado. Se habló asimismo de la labor de la OMPI de apoyo a los Estados miembros para llevar a cabo las actividades de sensibilización sobre la importancia de los derechos de P.I. y la difusión de las experiencias y actividades de los demás países en ese campo;
- Ministerio de Turismo: Destacar la importancia de alentar a los turistas a que compren productos originales que representan el patrimonio y los conocimientos del país, y de alertar que los productos falsificados perjudican a la economía nacional y también a los profesionales y a los artesanos que producen dichos artículos.

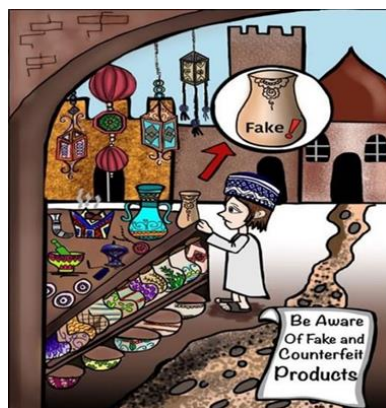
11. Una vez aclaradas las cuestiones relativas a la P.I., se expusieron algunos de los dibujos escogidos para explicar lo que se debería modificar o aclarar desde el punto de vista del contenido y de la redacción. Se aconsejó a los alumnos que hicieran revisar los dibujos por profesores de árabe y de inglés. Se respondieron todas las preguntas que formularon los alumnos y los profesores con relación al concurso y a los pasos siguientes.

12. Se entregaron a los asistentes folletos sobre los derechos de P.I. (marcas, derechos de autor y derechos conexos), que fueron aportados por la OMPI, junto con medios de propaganda, como camisetas y cuadernos.



D. FASE 4: SELECCIÓN DEFINITIVA

13. El 27 de diciembre de 2016 la comisión calificadora, formada por representantes de diversas instituciones, examinó los 29 dibujos escogidos para la selección definitiva. El examen de los dibujos se hizo teniendo en cuenta los criterios fijados para el concurso, la calidad de la obra y la capacidad de transmitir el mensaje a los turistas. Fueron escogidos cinco ganadores de todo el país.



III. PREMIOS

14. En una ceremonia que se celebró el 26 de abril de 2017, el Día Mundial de la Propiedad intelectual, se entregaron a los ganadores el Trofeo de la OMPI para Niños en Edad Escolar y otros premios. Además, el equipo técnico, en colaboración con el sector privado, entregó premios a los cinco primeros ganadores.

15. Se presentaron las siguientes propuestas para hacer uso de los dibujos premiados en el futuro:

- impresión y exposición en lugares turísticos;
- confección de un calendario con una muestra de dibujos;
- uso en las tarjetas de teléfono prepagas;
- realización de un cortometraje sobre el concurso, el cual sería proyectado en la ceremonia y en pantallas en el Ministerio de Educación; y
- exposición en la muestra que se celebrará de forma paralela a la sesión del Comité Asesor sobre Observancia (Ginebra, septiembre de 2017).

IV. ACTIVIDAD DE AMPLIO CARÁCTER SOCIAL (RESPECTO POR LA P.I.)

16. Consciente de la importante función social que cumple la P.I., el equipo técnico organizó el 17 de marzo de 2017 una actividad dirigida a todas las capas de la sociedad con el fin de fomentar el respeto por los derechos de P.I. En dicha jornada se explicaron los conceptos relativos a la P.I., los tipos de P.I. y la manera de proteger los derechos de P.I. por medio de representaciones teatrales y de otras actividades, como concursos del saber y charlas con participación del público.



17. Complementó la jornada una exposición de dibujos creados por alumnos y en la cual figuraban también varias empresas constituidas en Omán y algunas otras surgidas por iniciativa de estudiantes y que solicitan la protección de la P.I.



18. Las diversas actividades tuvieron gran resonancia en la prensa y contaron con la asistencia de alumnos, profesores y el equipo técnico.

V. LA FORMACIÓN Y ENSEÑANZA DE LA P.I.

19. Por último, en colaboración con la OMPI se organizó un Cursillo de Formación y Enseñanza de la P.I. El cursillo, que coincidió con el lema del Día Mundial de la Propiedad Intelectual “La innovación mejora la vida”, tuvo por fin establecer un plan nacional de formación y enseñanza de la propiedad intelectual. Se presentaron varios documentos correspondientes a distintas ramas de la enseñanza en los cuales se dieron a conocer experiencias en el campo de la enseñanza y el fortalecimiento de capacidades en lo que respecta a la P.I. Los participantes señalaron las respectivas necesidades que les permitirían cumplir los objetivos de la Estrategia Nacional de Innovación y tomaron nota de los servicios que presta la OMPI con el fin de elaborar un plan nacional de formación y enseñanza de la P.I. en colaboración con la Organización. En esa ocasión se cumplió la ceremonia de los ganadores del concurso.

20. El Ministerio de Educación presentó un documento sobre todo lo necesario para dar formación a los profesores, los funcionarios y los expertos para que ellos puedan valorar las invenciones científicas hechas por los alumnos, y también a los administradores de los semilleros de innovación de los establecimientos docentes en lo que respecta a los derechos de P.I. y las investigaciones en bases de datos de patentes. En las propuestas de planes de formación en el campo de la P.I. figuran cursos de especialización y cursillos de formación y becas para estudios de grado. Se alentó a los profesores y los especialistas a que aprovechen los planes y los cursos que ofrece la Academia de la OMPI, particularmente los cursos de enseñanza a distancia.



21. El cursillo giró en torno a los planes de sensibilización sobre la P.I. emprendidos por los administradores de los semilleros de innovación en los cuales se enseña con cuentos. Así, se publicó un cuento titulado “Saleh y el robot volante” en colaboración con el Consejo de Investigaciones Científicas en el cual se explica a los alumnos la necesidad de proteger sus ideas innovadoras y el modo de hacerlo.

22. Además de los planes para sensibilizar sobre la importancia de la P.I., el Ministerio de Educación se propone enseñar a los estudiantes todo lo relativo a la P.I. por la vía de incluir en los planes de estudios los conceptos de la P.I. mediante una serie de actividades y planes metodológicos adaptados a la edad de los alumnos. La colaboración de la OMPI y el Ministerio hará posible que se cree dicha serie de labores didácticas y también la formación de los profesores para que puedan poner en práctica esas labores.

EXPERIENCIA PERUANA PARA FOMENTAR EL RESPETO POR LA PROPIEDAD INTELECTUAL ENTRE LA POBLACIÓN

*Contribución preparada por la Sra. Carmen Sandoval, gerente de Promoción y Difusión, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), Lima (Perú)**

RESUMEN

En el presente documento se presenta la estrategia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para promocionar y difundir información sobre propiedad intelectual, a saber: “*Concurso Nacional de Periodismo: Promoviendo la Propiedad Intelectual*”, la cual nace en el año 2013 gracias a una alianza estratégica con la Cámara Americana de Comercio en el Perú (AmCham Perú) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Esta estrategia estuvo orientada a despertar el interés de los periodistas en temas relacionados a la propiedad intelectual y motivarlos a que difundan información sobre P.I. en los medios de comunicación, a fin que la ciudadanía conozca los beneficios que ofrece la propiedad intelectual en una sociedad en crecimiento económico y como herramienta generadora de valor.

A través del concurso se capacitó a 462 periodistas a nivel nacional, siendo este requisito para su participación en el concurso, y se presentaron 47 trabajos (entre reportajes e informes periodísticos), y se obtuvo 2.555 publicaciones sobre propiedad intelectual en medios de comunicación.

I. INTRODUCCIÓN

1. En el año 2012, el informe *Media Perception Audit Propiedad Intelectual*, elaborado por la empresa de consultoría Corpro, a petición de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), dio a conocer que en el Perú los periodistas tenían un bajo conocimiento sobre propiedad intelectual, por lo tanto, difundían poca información relacionada a este tema, a pesar de los beneficios que la P.I. reporta a la sociedad, por su contribución al desarrollo económico y competitividad del país¹.

2. El INDECOPI decidió poner en marcha una estrategia para revertir esta situación, que consistió en despertar el interés de los periodistas en temas relacionados con la P.I. y motivarlos a que los publiquen en los medios de comunicación. De esta manera, la ciudadanía podría conocer los beneficios que ofrece la propiedad intelectual en una sociedad en crecimiento económico, y como herramienta generadora de valor.

3. Esta estrategia se materializó a través de un concurso denominado “*Concurso Nacional de Periodismo: Promoviendo la Propiedad Intelectual*” que otorgaba a los ganadores, como premio principal una pasantía, con todos los gastos pagados, en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI, con sede en Ginebra, Suiza.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a la autora y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

¹ Estudio realizado en base a entrevistas a profundidad aplicadas a profesionales de la comunicación (prensa, radio, TV) para conocer la opinión y percepción de los periodistas sobre cuatro ejes temáticos: normatividad, propiedad intelectual, piratería e innovación.

4. Para participar, los periodistas debían –necesariamente- capacitarse. Así conocían de cerca los temas de propiedad intelectual que, por su contenido suelen ser técnicos y complejos, pero al conocerlos descubrían que había mucha información relevante para transmitir al público.

5. El concurso se emprendió en el año 2013. Desde entonces, se han ejecutado 3 ediciones, en las cuales se ha logrado capacitar a 462 periodistas de todo el país. Los finalistas difundieron sus trabajos relacionados con la P.I. en los medios de comunicación a nivel nacional. El concurso se llevó a cabo en colaboración entre la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham, Perú) y la OMPI.

6. Dicha estrategia fue reconocida como una *Buena Práctica en Gestión Pública durante los años 2015 y 2016* en la categoría “Relación con la Prensa”, reconocimiento otorgado por la organización privada sin fines de lucro Ciudadanos al Día – CAD, que tiene por objetivo identificar, reconocer y dar a conocer experiencias exitosas en el sector público, a fin de generar un incentivo en las entidades públicas que implementan actividades de mejora.

II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA:

7. Se han celebrado tres ediciones del concurso nacional de periodismo: en 2014, en 2015 y en 2016, con el objeto de fomentar los derechos de P.I. Los objetivos del concurso son:

- promover la publicación de temas especializados en P.I. en los medios de comunicación.
- incentivar la especialización de profesionales del periodismo en temas de P.I.
- propiciar la generación de espacios de comunicación especializados en P.I. que permitan acercar esta información a la ciudadanía.

8. Destinatarios del concurso:

- medios de comunicación impresos y digitales
- televisión
- radio (incluye Radios Comunitarias); y
- periodistas *freelance* capaces de acreditar su trabajo en los medios de comunicación digitales.

III. ORGANIZACIÓN

9. El concurso tenía por objeto motivar el interés de los periodistas en los temas de P.I. de suerte que, tras haber recibido formación, puedan dar a conocer la P.I. mediante sus artículos. El INDECOPI firmó un acuerdo de cooperación interinstitucional con AmCham (Perú) para la organización de los concursos.

10. Para organizar el concurso se adoptaron las siguientes medidas:

- Se informó a los jefes de las oficinas regionales del INDECOPI (26 Oficinas Regionales) acerca del concurso y se coordinó con ellos para que identifiquen a los periodistas en sus respectivas regiones, y elaboren una base de datos.
- Se coordinó con las Direcciones de Propiedad Intelectual del INDECOPI (Signos Distintivos-DSD, Derechos de Autor-DDA e Invenciones y Nuevas Tecnologías-DIN) para diseñar las capacitaciones con una metodología exclusiva para los periodistas.

Se presentaron asimismo experiencias anteriores que hubieran producido buenos resultados para mostrar las ventajas de utilizar herramientas de P.I.;

- Se diseñaron presentaciones dinámicas con lenguaje sencillo para que los contenidos de las capacitaciones sean fácilmente entendidos por los periodistas.
- Se realizó un sondeo con los periodistas para identificar los mejores horarios y días para llevar a cabo las capacitaciones, sin afectar el desarrollo de sus labores.
- Se elaboró material promocional (*merchandising* utilitario) para los periodistas que acudieron a las capacitaciones como por ejemplo, libretas de notas, lapiceros con punta de goma para que pueda ser utilizados en pantallas táctiles de sus teléfonos o tabletas, dispositivos de almacenamiento (USB) con los contenidos de la capacitación.
- Se creó una base de datos de periodistas con formación para que puedan estar informados sobre cuestiones institucionales y acceder a información de su interés, a fin de alentarlos a incrementar sus conocimientos en cuestiones de P.I.

11. El primer concurso se puso en marcha mediante un acuerdo firmado con la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) para incluir a periodistas de radios comunitarias, especialmente en las regiones, teniendo en cuenta que las herramientas de P.I. pueden beneficiar a los pequeños productores y empresarios.

IV. RESULTADOS

12. En el concurso se incluyeron los temas siguientes:

- Signos distintivos
- Invenciones y nuevas tecnologías
- Derecho de autor, y
- Biopiratería

13. Se alcanzaron los siguientes resultados:

- 462 periodistas capacitados a nivel nacional en sus tres ediciones;
- 47 trabajos periodísticos sobre propiedad intelectual, difundidos en medios de comunicación a nivel nacional, fueron presentados al concurso.
- 2.555 publicaciones en medios de comunicación, relacionadas con los temas de propiedad intelectual entre el período 2013-2016.

Cabe señalar que en 2012, antes de poner en marcha el concurso, la cifra de publicaciones sobre cuestiones de P.I. era de 367, cifra que aumentó a 2.555 publicaciones entre 2013 y 2016.

V. PREMIOS Y GANADORES

14. Los premios fueron entregados por los socios estratégicos del INDECOPI: AmCham (Perú), y la OMPI.

- Primer puesto: Viaje con todos los gastos pagados a la Organización Mundial de Propiedad Intelectual – OMPI (Ginebra – Suiza) para realizar una pasantía. Este premio se otorgó al ganador de cada categoría.
- Segundo puesto: Una tableta a los finalistas en cada categoría.

15. Los ganadores fueron:

Año 2014

- Primer puesto, categoría Televisión
Trabajo: “El VRAEM y sus oportunidades en negocios legales”
Autor: Alexander Vigo Terán
Difundido en TV Perú – Instituto de Radio y Televisión del Perú

Año 2015

- Primer Puesto, categoría Prensa Escrita
Trabajo: “Patentar la llave del éxito”
Autora: Sonia Millones Alvarado
Difundido en el Diario Oficial *El Peruano*
- Primer Puesto, categoría Radios Comunitarias
Trabajo: “Conocimientos colectivos de nuestra diversidad biológica, un legado por recuperar”
Autora: Sonia Ramos Baldárrago
Difundido en Radio Yaraví

Año 2016

- Primer Puesto, categoría Medios impresos y portales web
Trabajo: “Incahuasi combate la pobreza con venta de hongos comestibles”.
Autora: Patricia Hoyos Salazar
Difundido en el diario *La República*, destaca las historias humanas de cientos de comuneros unidos por una marca colectiva que les permite competir en el mercado.
- Primer Puesto, categoría Televisión
Trabajo: “La marca del éxito”
Autora: Joanna Castro Castro
Difundido en RPP Televisión, en este trabajo se destaca el emprendimiento y creatividad en la industria de la moda, en la experiencia de un diseñador peruano que conquista el mercado nacional e internacional con su marca.
- Primer Puesto, categoría Radio
Reportaje: “Peruanos que crean, peruanos que creen”
Autor: Edgard Vásquez Acosta, de Radio Ozono
En este trabajo se reúnen testimonios de talentosos emprendedores e inventores trujillanos quienes protegen sus creaciones empleando el registro de marcas y el sistema de patentes.

TRUE HUNTERS: EL JUEGO QUE ENSEÑA A LOS ADOLESCENTES A RESPETAR LA PROPIEDAD INTELECTUAL (ITALIA)

*Contribución preparada por las Sras. Giada Marinensi, Brunella Botte y Stefania Barca, investigadoras de la Link Campus University, Roma (Italia)**

RESUMEN

True Hunters es un juego “serio” que tiene como objetivo sensibilizar a los adolescentes de 14 a 16 años sobre la propiedad intelectual (P.I.) y cuestiones conexas, valorizando los productos auténticos y originales, y poniendo de relieve los riesgos de la falsificación y la piratería en la vida diaria. Ese objetivo se sustenta en la constatación de que, en los últimos años, los jóvenes han estado más expuestos a los problemas relacionados con la P.I. y la falsificación, en razón de su mayor poder de compra y utilización generalizada de las nuevas tecnologías de la comunicación. El primer episodio de *True Hunters* está disponible gratuitamente en línea (<http://truehunters.eu/en/>) en inglés y en italiano. Las personas interesadas (directivos y profesores de enseñanza secundaria) que deseen utilizar *True Hunters* también encontrarán en línea la guía del proyecto, un manual electrónico destinado a facilitar la utilización del juego y su posible adaptación.

I. INTRODUCCIÓN

1. *True Hunters* es un juego “serio”, es decir, un juego con fines pedagógicos, que se juega en línea y tiene por finalidad informar a los adolescentes de 14 a 16 años acerca de la propiedad intelectual (P.I.) y cuestiones conexas, valorizando los productos auténticos y originales, y poniendo de relieve los riesgos de la falsificación y la piratería en la vida diaria.
2. Este proyecto de un año de duración fue elaborado gracias a la ayuda de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), en el marco de la Convocatoria de propuestas GR/001/15: Apoyo a las actividades de sensibilización respecto al valor de la propiedad intelectual y los perjuicios de la falsificación y la piratería.
3. Se decidió que el grupo destinatario del proyecto de promoción del valor de la P.I. serían los adolescentes, que son los que están más expuestos actualmente a los problemas en torno a la P.I. y la falsificación, en razón de su mayor poder de compra y utilización generalizada de las nuevas tecnologías de la comunicación. El juego, que tiene objetivos educativos y sociales, ha sido concebido con el fin de:
 - sensibilizar a los jóvenes sobre el valor de la P.I.;
 - aumentar su nivel de información acerca de los diferentes tipos de P.I.;
 - ayudar a los ciudadanos a entender las repercusiones que la violación de los derechos de P.I. puede tener en su vida diaria.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a las autoras y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

II. ¿POR QUÉ UN JUEGO SERIO ACERCA DE LOS DERECHOS DE P.I.?

4. El uso de juegos con fines educativos es una práctica común en la enseñanza preescolar y primaria. Sin embargo, por lo general, en la enseñanza secundaria o superior, y aún más en la educación para adultos, se suelen separar las actividades educativas de las lúdicas, principalmente debido al prejuicio existente de que los juegos solo son una fuente de entretenimiento y que incluso son incompatibles con la actividad educativa. Esta opinión ha perdido vigencia. El crecimiento extraordinario del sector de los juegos ha fomentado la enorme expansión de los juegos educativos, facilitada por la tecnología, y la integración de esos juegos en los procesos educativos.

5. La decisión de concebir un juego serio para hablar de la falsificación se adoptó teniendo en cuenta las ventajas que ofrece este tipo de medio para entrar en contacto con los jóvenes. Los juegos serios permiten, en especial, una identificación estimulante y una participación activa. El jugador debe sumergirse en el universo del juego y tomar decisiones en primera persona. De esta manera, el aprendizaje se obtiene mediante la experiencia y el jugador puede ver las consecuencias inmediatas de una decisión concreta. Se incita al jugador a buscar información adicional para progresar en el juego y alcanzar el objetivo final.

III. TRAMA Y PERSONAJES PRINCIPALES

6. *True Hunters* se caracteriza por la solidez de su guion, que facilita la participación y la implicación de los jugadores.

7. El juego se ambienta en el año 2610, época en que la piratería y la falsificación se han amplificado de forma descontrolada, lo que tiene efectos devastadores en términos económicos, políticos y sociales. Para contrarrestar esa amenaza, se crean los *True Hunters*, una unidad especial internacional compuesta de cuatro miembros principales, que son expertos en una materia que se asocia con un tema concreto para resaltar un aspecto específico de la P.I.



Figura 1: El grupo de los True Hunters

8. Los principales personajes del juego son:

- Els van Raven (Raven): supervisora de los *True Hunters*, Raven es especialista en P.I. y mentora del equipo de los *True Hunters*. Su principal tarea consiste en asignar diferentes misiones a los miembros de su equipo y evaluar su trabajo;
- Kris Klaus: experto en patentes, marcas y diseños industriales, Kris es él mismo inventor y tiene un brazo mecánico;
- Berenice “Byte” HYTE: auténtico genio de la informática, Byte es capaz de encontrar cualquier cosa en Internet. También es una experta en derecho de autor;
- Maximilien “Max” Prevó: Max es el miembro más joven del equipo de los *True Hunters* y una persona muy simpática. Es especialista en indicaciones geográficas y denominaciones de origen;
- Dusk Levinson: es un joven aprendiz que quiere formar parte del equipo de los *True Hunters* y participar en sus actividades de formación. Participa en diferentes casos de investigación relacionados con la violación de los derechos de P.I.

9. Los cuatro protagonistas principales fueron concebidos cuidadosamente y son claramente identificables desde el punto de vista narrativo y visual. Cada uno tiene su propia personalidad y vinculación personal con la esfera de P.I. de la que son responsables.

10. El papel que representa cada protagonista y su personalidad orientaron el desarrollo de su diseño gráfico. Aun cuando todos llevan el mismo uniforme que los identifica como miembros de los *True Hunters*, cada personaje ha sido creado de tal forma que puedan ser reconocidos e identificados fácilmente gracias a formas y colores específicos. Por otra parte, cada uno de ellos cuenta con un dispositivo específico relacionado con su función y esfera de especialización: Els tiene una tableta holográfica que le permite gestionar las misiones, Kris tiene un brazo mecánico que él mismo construyó, Byte tiene un aparato holográfico portátil y Max un robot llamado RICE (Robotic Investigative Cute Entity – adorable robot de investigación) que le permite analizar las pruebas.

IV. ESTRUCTURA DEL JUEGO Y PRIMER EPISODIO

11. El juego tiene una estructura modular. Se divide en episodios que permiten a los docentes integrar fácilmente el juego en las actividades educativas. Cada episodio aborda una esfera específica de la P.I. y se ha concebido para jugarse en sesiones de 20 a 30 minutos. Esta estructura permite centrar la atención del jugador en una meta específica de comunicación o de información, y es una estrategia visual idónea para tratar un tema tan vasto como la P.I., que abarca aspectos y sectores muy diversos (financiero, creativo, jurídico, etc.). Además, la estructura modular permite añadir nuevas historias, según sea necesario.

12. Durante las sesiones de juego, el jugador participará en las investigaciones y en procesos vitales de toma de decisiones, lo que le permite influir en el curso de los acontecimientos y profundizar sus conocimientos sobre la P.I.

13. El primer episodio lleva por título: *Murderous Design (diseño asesino)*. En ese episodio, se invita a los alumnos a entrar en la sede de los *True Hunters* y se les informa sobre la muerte misteriosa de la Profesora Andrée Verbeke, un caso sobre el que los *True Hunters* colaboran con la policía.



Figura 2: El primer episodio de *True Hunters* lleva por título: “Diseño asesino”

14. Los alumnos empiezan a obtener información acerca de la P.I. y, en especial, sobre la protección de los diseños de productos, tienen que tomar decisiones en un plazo muy breve, resolver problemas y reflexionar sobre las consecuencias que su decisión acarreará para el medio ambiente.

15. Los principales conocimientos que se adquieren en el primer episodio son:

- ¿Qué es la P.I.?
- ¿Qué es un diseño de producto?
- ¿Cómo puede protegerse un producto diseñado?
- ¿Cuál es la diferencia entre los diseños registrados y no registrados?
- ¿Cuál es la diferencia entre los diseños industriales y las marcas?
- ¿Qué consecuencias acarrea la infracción de un diseño industrial?

V. PROCESO DE ELABORACIÓN

16. El procedimiento adoptado para la elaboración de *True Hunters* constaba de tres fases principales:

- las actividades de preparación y la definición del concepto del juego: en esta fase, se establecieron los objetivos educativos que los destinatarios debían alcanzar y se reunieron los materiales funcionales necesarios para crear los elementos narrativos y educativos;
- diseño del juego: durante esta fase se definieron los guiones, la mecánica del juego, el arte conceptual y el diseño de los personajes;
- desarrollo del juego y pruebas: esta fase, que se está ultimando en este momento y comprende todos los aspectos relativos al desarrollo técnico del juego, ha sido dirigida por un equipo de profesionales con ámbitos de especialización bien definidos: guion y narración; desarrollo gráfico; diseño sonoro y programación.

17. Para reforzar el potencial educativo del juego, se previó la participación directa de los miembros del grupo de destinatarios en diferentes etapas del proceso de desarrollo del proyecto. En particular, un grupo representativo de jóvenes cumplimentó un cuestionario destinado a evaluar sus conocimientos e información general sobre el tema y sus necesidades

de aprendizaje, y definir sus temas de interés en relación con la P.I. y la falsificación, con miras a la elaboración de la estructura narrativa del juego.

18. Además, un grupo de alumnos de 14 a 16 años participó en un seminario de tres días que incluía actividades tanto teóricas como prácticas que les permitían reflexionar sobre el tema concreto y los guiaban en la creación del texto de dos guiones para *True Hunters*. El último día, lograron escribir dos resúmenes y uno de ellos se usó como punto de partida para escribir uno de los episodios de este juego serio.



Figura 3: Seminario dedicado a True Hunters en un instituto de enseñanza secundaria de Roma

19. Un grupo representativo también ha participado en la fase de pruebas y ha jugado con *True Hunters*, lo que ha permitido al equipo de desarrollo recolectar los primeros comentarios útiles sobre el producto, sus puntos fuertes y débiles.

VI. ¿CÓMO PUEDEN LOS DOCENTES DE LA ENSEÑANZA SECUNDARIA USAR *TRUE HUNTERS*?

20. Para maximizar la eficacia de *True Hunters* y organizar y realizar adecuadamente la actividad de aprendizaje, los docentes deberán seguir los siguientes pasos:

– *Paso 1 – Presente el juego*

En primer lugar, el/la docente presentará el juego a la clase: estamos en el año 2610 y en el planeta tierra de esa época en el futuro la falsificación y la piratería han alcanzado proporciones gigantescas, lo que ha provocado graves problemas sociales. El equipo de los *True Hunters* tiene que acabar con la falsificación y la piratería, y están formando nuevos reclutas. Los alumnos se suman al equipo y aprenden a resolver esos problemas.

– *Paso 2 – Comience la sesión de juego*

Después de que el docente ha mostrado el juego a la clase, los alumnos se dividen en grupos de dos o tres personas. Primero, tienen que empezar su sesión en el sitio web del juego (www.truehunters.eu) y luego, pueden empezar a jugar. El docente deberá prestar apoyo a los alumnos durante la sesión de juego.

– *Paso 3 – Examine con los alumnos los temas presentados en el primer episodio*

Cuando concluye la sesión de juego, el docente alienta a los alumnos a intercambiar impresiones entre ellos sobre los temas abordados en el juego, con el fin de aclarar posibles dudas, usando ejemplos e invitando los alumnos a reflexionar sobre su experiencia de juego.

– *Paso 4 – Cuestionario*

Al final de las actividades, se puede evaluar la mejora de los conocimientos de los alumnos mediante un cuestionario relacionado con los temas tratados en el juego.

VII. CONCLUSIÓN Y PRÓXIMAS ETAPAS

21. El primer episodio del juego está disponible actualmente en inglés y en italiano en el sitio web de *True Hunters*. El equipo de desarrollo está trabajando en el guion y los activos gráficos para el segundo episodio, que se terminará a finales de septiembre de 2017.
22. En la próxima edición del juego, el usuario tendrá la posibilidad de decidir si el recluta que lo representa en el juego es un hombre o una mujer.
23. El manual del proyecto también se puede consultar en línea para facilitar el uso del juego en actividades educativas y la adaptación de los materiales elaborados para las personas interesadas que deseen aplicar el enfoque propuesto.

[Fin del documento]