

## **Comité Asesor sobre Observancia**

**Decimosexta sesión**  
**Ginebra, 31 de enero a 2 de febrero de 2024**

### **EXPERIENCIAS NACIONALES DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL RESPETO POR LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

*Documentos preparados por China, el Perú, Portugal y la República de Moldova*

1. En la decimoquinta sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE), celebrada del 31 de agosto al 2 de septiembre de 2022, el Comité acordó examinar, en su decimosexta sesión, entre otros temas, 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 PI 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 ese marco, este documento presenta las aportaciones de cuatro Estados miembros (China, Portugal, la República de Moldova y el Perú) sobre sus experiencias en materia de sensibilización sobre la importancia del respeto por la propiedad intelectual (PI).
2. En el documento presentado por China se describe cómo la Administración China de la Propiedad Intelectual (CNIPA) sensibiliza sobre la importancia de la propiedad intelectual (PI) y cómo difunde información sobre el desarrollo del sistema chino de PI. En el documento se destaca la celebración anual de la Semana Nacional de Concienciación sobre la PI, la difusión de información a través de conferencias de prensa de varios niveles y de alta frecuencia, la ampliación del alcance de la CNIPA en los medios de comunicación, la producción de películas y vídeos y la incorporación de la educación sobre la PI en los planes de estudio de las escuelas primarias y secundarias.
3. En el documento del Perú se describen diversos concursos nacionales organizados por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para estimular el talento creativo de la juventud, ofrecer un espacio de conexión con la identidad cultural nacional y sensibilizar sobre los derechos de autor y la importancia de protegerlos. En concreto, en el documento se resumen los resultados de dos concursos de

diseño de moda, un concurso de cortometrajes, un concurso de dibujos animados y cómics, así como un concurso de fotografía.

4. En el documento presentado por Portugal se destacan varios proyectos, actividades y campañas de sensibilización emprendidos por el Instituto Portugués de la Propiedad Intelectual (INPI) en colaboración con otros miembros del Grupo Portugués de Lucha contra la Falsificación. Cabe señalar "La PI para todos", un proyecto a través del cual los niños de primaria y secundaria aprenden sobre la importancia de proteger y respetar la PI, una campaña de vídeo sobre la falsificación de piezas de recambio para automóviles y una campaña de vídeo en la que se insta a los aficionados al fútbol a no comprar camisetas falsificadas.

5. En el documento de la República de Moldova se describen diversas actividades emprendidas por la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual (AGEPI) para sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia de la PI a través de la educación, seminarios, campañas de sensibilización, concursos y colaboraciones. También se ofrecen algunas reflexiones sobre la futura dirección de la labor en este ámbito.

6. Los documentos aportados siguen el siguiente orden:

Maneras innovadoras de contar historias sobre la propiedad intelectual en China.....	3
Fomento de la creatividad y enriquecimiento de la identidad cultural nacional en el Perú .....	8
Sensibilización sobre la importancia del respeto por la propiedad intelectual en Portugal.....	22
Concienciación de la juventud moldava sobre la propiedad intelectual: el papel de la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual .....	28

[Siguen los documentos]

## MANERAS INNOVADORAS DE CONTAR HISTORIAS SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN CHINA

*Documento preparado por la Sra. Lu Xuehong, directora del Departamento de Publicidad de la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA), Beijing (China)*

### RESUMEN

El presente documento se centra en el enfoque proactivo que China aplica al fomento de la sensibilización respecto de la propiedad intelectual (PI) y la introducción de planteamientos innovadores en la difusión de los relatos en torno a la PI que trascurren en el país. Entre las medidas concretas adoptadas figuran la celebración de la Semana Nacional de Sensibilización sobre la PI y la consolidación de este evento como marca, la organización frecuente de conferencias y comunicados de prensa en diversos ámbitos, la intensificación de la difusión a través de los medios de comunicación, la producción de películas y videos y la incorporación de la enseñanza de la PI en los planes de estudio de los centros de educación primaria y secundaria. De cara al porvenir, China no dejará de contar sus historias de PI en la nueva era de desarrollo y, con ese fin, redoblará sus esfuerzos, empleará medios más innovadores y ofrecerá contenidos de mayor calidad.

### I. INTRODUCCIÓN

1. Habida cuenta de la enorme importancia que el Gobierno chino atribuye a la propiedad intelectual (PI), el país aspira a consolidarse como potencia en este ámbito mediante el fortalecimiento de la protección jurídica de la PI. Como muestra de su férreo compromiso con el desarrollo sostenible, en el país se trabaja con denuedo en la mejora del sistema de gestión de la PI, se refuerza la protección de la PI a lo largo de todo su ciclo de vida, se promueve con dinamismo la cultura de la PI y se impulsan avances constantes en el ámbito de la innovación y el entorno empresarial. Con ocasión del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, celebrado el 26 de abril de 2023, el presidente de China, Sr. Xi Jinping, envió un mensaje de felicitación en el marco del acto principal de la Semana de Sensibilización sobre la PI en conmemoración del 50.º aniversario de la cooperación entre China y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), donde hizo hincapié en la voluntad de China de estrechar aún más los amistosos lazos de cooperación que mantiene con la OMPI y de colaborar en aras de un sistema mundial de gobernanza de la PI más justo y equitativo y, en definitiva, de un mayor bienestar de la humanidad.

Con arreglo a las valiosas directrices del presidente Jinping sobre la hoja de ruta en materia de PI, la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA) ha emprendido una serie de iniciativas atinentes a los cinco aspectos descritos a continuación, al objeto de contar los relatos de PI en China desde una perspectiva innovadora y sensibilizar al conjunto de la sociedad sobre la transcendencia de la protección y el respeto de los derechos de PI. En los párrafos sucesivos se detallan los cinco elementos que componen esta iniciativa.

### II. SEMANA NACIONAL DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA PI - CREACIÓN DE UNA MARCA PARA LAS CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA PI

2. Cada 26 de abril, con motivo del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, la CNIPA organiza la Semana Nacional de Sensibilización sobre la Propiedad Intelectual en colaboración

con 20 ministerios y comisiones. Hasta la fecha, las 15 ediciones consecutivas de este acto se han llevado a cabo con excelentes resultados. Todos los años, en el marco de este acontecimiento, se organizan cerca de 100 000 actividades de todo tipo. Por ejemplo, divulgación de casos, seminarios de formación, concursos de redacción y discursos y destrucción centralizada de productos infractores de la PI. Estas jornadas han suscitado un gran interés y entusiasmo por la protección de la PI en todo el país y, de hecho, la Semana de Sensibilización sobre la PI se ha convertido en el evento de mayor renombre a escala nacional en el ámbito de la PI. En la edición de este año cabe destacar, en particular, el mensaje de felicitación transmitido por el presidente, Sr. Xi Jinping, la reunión celebrada entre el primer ministro, Sr. Li Qiang, y el director general de la OMPI, y el discurso pronunciado por el viceprimer ministro, Sr. Ding Xuexiang. Estas muestras de implicación y compromiso gubernamental han contribuido a conferir a la Semana de Sensibilización sobre la PI un alcance sin precedentes.

3. Por otra parte, la CNIPA organizó varios eventos a gran escala, como el Foro Internacional de Shanghái sobre Propiedad Intelectual, la Feria Internacional de Tecnología y Productos de Patentes de China, la Exposición Internacional de Dibujos o Modelos de China (Wuxi), la Conferencia Anual sobre Propiedad Intelectual de China y el Festival Internacional de Marcas de China. Estos actos ilustran los avances de China en el ámbito de la PI y contribuyen al fomento del intercambio y el entendimiento mutuo en materia de PI, así como a la promoción del comercio y la comunicación.

### III. COMUNICADOS DE PRENSA Y CONFERENCIAS FRECUENTES EN DIVERSOS ÁMBITOS

4. Por medio de la emisión y la celebración frecuente de comunicados y conferencias de prensa en diversos ámbitos, se difunde prácticamente a diario información fidedigna sobre PI en los foros de opinión pública tanto nacionales como internacionales, lo que propicia un clima favorable al óptimo desarrollo de la PI en China. Desde 2022, la CNIPA ha convocado conferencias de prensa mensuales en Beijing, a las que, en cada ocasión, ha invitado a unos 30 medios de comunicación nacionales y extranjeros que han redactado un total de unos 3 000 reportajes originales para dar a conocer con celeridad los logros alcanzados en el ámbito de la PI y facilitar al público la comprensión de las políticas conexas. Este año, la conferencia de prensa amplió su cobertura geográfica. Es el caso de la conferencia conjunta con Jiangsu, Zhejiang, Anhui y Shanghái (tres provincias y un municipio), que arrojó unos resultados excelentes. En lo referente al contenido, además de informar sobre los avances anuales y semestrales de la labor en materia de PI, la CNIPA también proporciona aclaraciones sobre las últimas políticas adoptadas, como las Decisiones Administrativas sobre la Aceptación de las Principales Disputas por Infracción de Patentes, y diversos informes especializados ya publicados, como el *White Paper on the Protection of Intellectual Property Rights in China* (“Libro Blanco sobre la Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual en China”).



#### IV. INTENSIFICACIÓN DE LA COBERTURA MEDIÁTICA

5. La CNIPA ha trabajado con tesón en la diversificación de los tipos de medios de comunicación para difundir información sobre los logros alcanzados en el ámbito de la PI desde diferentes perspectivas, tanto entre audiencias nacionales como internacionales. La entidad china no solo ha entablado una cooperación a largo plazo con los principales medios de comunicación centrales, como el *People's Daily*, la Agencia de Noticias Xinhua y la empresa China Media Group, sino que también ha abierto cuentas oficiales en diversas plataformas de comunicación, como WeChat, Weibo, Douyin, Kuaishou, Toutiao, Bilibili y WeChat Channels. En la actualidad, el total de seguidores asciende a casi 2 millones, cifra que engloba a los de las nuevas plataformas de Internet y a los de *China IP News*. Por otro lado, se ha renovado y actualizado la versión en inglés del sitio web de la CNIPA para adecuarla a los hábitos de lectura del público extranjero, con una interfaz más atractiva a la vista. Después esta renovación de su diseño, la página recibe el doble de visitas. Asimismo, desde 2022, la CNIPA no ha cejado en la intensificación de su cooperación bidireccional con las administraciones locales de PI, materializada en la apertura de varias subsedes en distintas zonas durante la Semana Nacional de Sensibilización sobre la PI. En su labor cotidiana, la CNIPA ha recopilado una abundante base de materiales audiovisuales disponibles para su descarga y utilización en varias regiones. Las administraciones locales de PI suministran a la CNIPA materiales visuales y sonoros para su difusión nacional e internacional. Estas interacciones contribuyen a la formación de un patrón operativo favorable a la divulgación sincronizada de la PI en todo el país.

#### V. MATERIALES AUDIOVISUALES

6. A lo largo de los últimos años, la CNIPA ha producido varios documentales y cortometrajes que, a través de una vívida narración de las historias de PI acaecidas en China, se han granjeado el aplauso del público tanto nacional como de otros países. En cuanto a los documentales, la CNIPA ha producido un reportaje sobre PI titulado *The Nation's Sharpest Instrument* (“El instrumento más afilado de la nación”), así como otro en inglés sobre patentes titulado *A Remarkable Journey – The Story of Patents in China* (“Un viaje extraordinario: la historia de las patentes en China”), que se ha emitido en más de 170 países y regiones e ilustra la contribución del sistema de patentes a China y al mundo entero.



7. Con respecto a los cortometrajes, la CNIPA ha invitado a artistas chinos de renombre en esferas como la caligrafía, el tallado de sellos, la pintura y la danza a crear obras vinculadas con la PI. También se rodó un cortometraje bilingüe titulado *The Intellectual Property Culture Around Us* (“La cultura de la propiedad intelectual que nos rodea”). Ya acumula más de 300 000 visitas en X (antes Twitter) y se proyectó en la exposición organizada en conmemoración del 50.º aniversario de la cooperación entre China y la OMPI durante la sexagésima cuarta serie de reuniones de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI, en 2023. Por otra parte, se produjo otro cortometraje de animación en chino con subtítulos en

inglés bajo el título *Geographical Indications on the Dining Table* (“Las indicaciones geográficas en la mesa”). En este filme se explica la incidencia que tiene la reciprocidad en el reconocimiento y la protección de las indicaciones geográficas entre China y Europa en la vida de la población de ambas regiones. Esta obra mereció el reconocimiento de la Universidad de Comunicación de China como caso paradigmático de las iniciativas de comunicación de este país en el extranjero. Asimismo, la CNIPA creó un anuncio de interés público con un video de acción real titulado *Comprehensively Boosting China's Competitiveness in the Area of Intellectual Property Rights* (“Impulso integral de la competitividad de China en el ámbito de los derechos de propiedad intelectual”), en el que se muestran historias conmovedoras que ilustran la estrecha relación existente entre la PI y la vida de las personas. Se preparó, asimismo, otro anuncio de interés público titulado *Intellectual Property – Seedling Edition* (“Propiedad intelectual - Edición plántulas”), que se emitió en horario de máxima audiencia segundos antes del arranque del informativo *Xinwen Lianbo*, de la Televisión Central China. Además, el video también se hizo gran eco al difundirse antes de la emisión de la Copa del Mundo de 2022 en Qatar.

8. En paralelo, la CNIPA ha contado con la entusiasta participación de personalidades conocidas para defender una protección más estricta de la PI. Así, por ejemplo, se invitó a un reputado presentador de la televisión china a grabar el reportaje *Xiao Sa Takes You into the World of Intellectual Property* (Un viaje al mundo de la propiedad intelectual de la mano de Xiao Sa), en el que se explica a los espectadores el proceso de examen de solicitudes de patente. Asimismo, se invitó a un joven actor a rodar un anuncio de interés público en defensa de la protección y el respeto de los derechos de PI. Estos videos han recibido cientos de millones de visitas en Internet y han calado muy hondo entre el público joven. Cabe señalar en particular la invitación de la CNIPA a los astronautas chinos que orbitan a bordo de la estación espacial china en 2023, quienes transmitieron sus felicitaciones y pidieron reforzar la protección de la PI en el ámbito de los vuelos espaciales tripulados. Todas estas iniciativas han avivado sobremanera el entusiasmo del público chino por la innovación y les han servido para sensibilizarse y manifestar su respaldo a la PI.

## **VI. ENSEÑANZA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN CENTROS DE EDUCACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA**

9. La CNIPA atribuye gran importancia a la enseñanza de la PI entre la juventud y a la integración de la formación en este ámbito en los planes de estudio de los centros de educación primaria y secundaria. En 2015, en colaboración con el Ministerio de Educación, puso en marcha un proyecto piloto a escala nacional para promover la enseñanza de la PI en las escuelas de primaria y secundaria. Desde entonces, el Gobierno central ha acreditado a 165 escuelas como centros ejemplares o piloto y, a escala provincial, se ha otorgado esta distinción a cerca de 2 000 escuelas, lo que ha redundado en beneficio de más de 1 millón de docentes y estudiantes. A tenor de los frutos de la labor en curso en el ámbito presencial, la CNIPA ha ampliado el alcance de la enseñanza de la PI en las escuelas primarias y secundarias con el traslado de estos saberes a la nube. Esta tarea se ha llevado a cabo mediante la preparación de cursos de formación y su difusión a través de personas influyentes. Cada año, con decenas de miles de docentes que se forman en la red, la CNIPA amplía de manera sustancial el alcance y la cobertura de la formación y la enseñanza “Internet+” (formación mixta en línea y presencial) y consigue unos resultados extraordinarios en la enseñanza de la PI para estudiantes de educación primaria y secundaria.



## VII. CONCLUSIÓN

10. Como compromisos de cara al futuro, la CNIPA aspira a multiplicar sus esfuerzos, adoptar planteamientos más innovadores y ofrecer contenidos de mayor calidad. Con este propósito en mente, continuará con la difusión a escala mundial de relatos fascinantes sobre la evolución de la PI en China en la nueva era de desarrollo para, así, presentar una panorámica exhaustiva del paisaje de las iniciativas de China en el ámbito de la PI, tan floreciente como multidimensional, y contribuir al fortalecimiento del marco mundial de la PI.

[Fin de la contribución]

## ESTIMULANDO LA CREATIVIDAD Y ENRIQUECIENDO LA IDENTIDAD CULTURAL NACIONAL EN EL PERÚ

*Contribución preparada por el señor Fausto Vienrich Enríquez, Director de Derecho de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPi), Lima (Perú)\**

### RESUMEN

A fin de fomentar la importancia y el respeto del derecho de autor, principalmente entre quienes participan o se vinculan con los distintos sectores de la creatividad, así como con el fin de propiciar un espacio de reencuentro y valorización de la identidad cultural, la Dirección de Derecho de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPi) organiza concursos en los que se destaca, entre otros, el gran legado cultural de los antiguos peruanos. Los concursos se enfocan a los distintos sectores creativos, tales como el del arte aplicado, audiovisual, artes gráficas y visuales, entre otras. Las postulaciones ganadoras se hacen acreedoras de diversos premios que vienen a constituir un incentivo a los participantes, en su mayoría jóvenes talentos, que comprenden la importancia del derecho de autor en las actividades que realizan y que confían en el sistema de propiedad intelectual como herramienta para su desarrollo.

### I. LOS CONCURSOS COMO ESTÍMULO AL TALENTO CREATIVO DE LOS JOVENES Y COMO UN MEDIO DE CONEXIÓN CON LA CULTURA E IDENTIDAD NACIONAL

1. La Dirección de Derecho de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPi), a partir del año 2018, en el marco de la labor de promoción y difusión que lleva a cabo, incorpora los concursos, como actividad de alcance nacional, dirigida a los jóvenes (principal fuente innata de ingenio y creatividad), por considerar de importancia que puedan ir interiorizando el valor del derecho de autor como herramienta que les permitirá poder generarse ingresos a partir de sus ideas y talento.
2. La reciente pandemia por la que el mundo atravesó obligó a que se suspendiera temporalmente la realización de los concursos organizados por la Dirección de Derecho de Autor. Pero la actividad se ha retomado y a la fecha viene generando un impacto muy positivo.
3. A través de los concursos se busca sensibilizar y generar conciencia en los jóvenes acerca de la importancia y del respeto del derecho de autor, recurriendo para ello a vincularlo con aspectos clave que los concursantes deberán tomar en consideración en las propuestas que presenten.
4. Así, aspectos clave que se han venido promoviendo en las bases de los concursos son no sólo el tema de la originalidad de las propuestas que presenten, sino igualmente, aspectos como la contribución a la sostenibilidad del medio ambiente o los que surjan de un contexto de responsabilidad social, contribución al fomento de los hábitos de lectura, equidad de género, entre otros.
5. De igual manera, es importante destacar que uno de estos aspectos clave que también se han venido promoviendo, de manera transversal a todos los concursos que organiza la

---

\* 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.

Dirección de Derecho de Autor con independencia de la naturaleza del tipo de obras del que verse el concurso, es el que refleje motivos pertenecientes a la cultura ancestral peruana, sean estas expresiones tradicionales o modernas.

6. El impacto que han venido teniendo los sucesivos concursos organizados por la Dirección de Derecho de Autor del INDECOPÍ se ha visto reflejado en un interés cada vez mayor por parte de diversas instituciones académicas y de formación o enseñanza de las diversas disciplinas vinculadas con la creatividad, a efectos de participar como entidades colaboradoras de los concursos, propiciando así que los premios ofrecidos (generalmente becas de estudio, pasantías, Kit de útiles o implementos, trofeos y diplomas de reconocimiento, publicaciones de los trabajos, entrevistas, entre otros) sirvan de aliciente y estímulo en los jóvenes, y que les permita seguir perfeccionando y potenciando su talento creativo.

7. Otro aspecto positivo ha sido contar con otro grupo de entidades que expresan su interés por brindar su apoyo para la mayor difusión del concurso, a través de sus diferentes canales de comunicación. Convirtiéndose así en aliados muy importantes del área de promoción y difusión del INDECOPÍ.

8. Asimismo, resaltar que ha sido a partir del tercer concurso organizado por la Dirección de Derecho de Autor, en que se ha venido contando, hasta la actualidad, con el auspicio nominal del Ministerio de Cultura.

9. El mencionado auspicio nominal constituye, para los concursos que cada año vienen siendo organizados desde la Dirección de Derecho de Autor, un respaldo institucional que otorga el Ministerio de Cultura. De acuerdo con las propias disposiciones del Ministerio de Cultura, este auspicio nominal, se otorga a eventos que promueven la convivencia, la ciudadanía democrática, la no discriminación, el diálogo intercultural, la unidad en la diversidad, la práctica artística a través de la inclusión social, y similares.

10. En el marco de estos concursos organizados por la Dirección de Derecho de Autor, se ha venido propiciando igualmente como práctica, previa a la fecha establecida en las bases para entrega de propuestas, la realización de talleres y/o ciclos de conferencias a cargo del personal de la propia Dirección como de expositores nacionales e internacionales, que se relacionan o vinculan en sus actividades con la actividad creativa de la que versará el concurso.

11. Estos talleres y/o seminarios dirigidos al público en general, pero principalmente a los potenciales participantes del concurso, buscan además de instruirlos sobre los aspectos básicos del derecho de autor, a que se conozcan de cerca las experiencias, las historias de éxito y desafíos superados de los expositores invitados y que puedan servirles también de inspiración. Generándose igualmente, gracias a la realización de estos talleres y/o seminarios, el espacio propicio para compartir a los jóvenes, técnicas e información de utilidad práctica en el proceso creativo, según la naturaleza de la obra de la que pueda versar el concurso.

12. En el marco de la ceremonia de reconocimiento y premiación de las propuestas ganadoras de los concursos se propicia igualmente la realización de una exposición de absolutamente todas las propuestas presentadas al concurso, identificadas con su correspondiente QR, a fin de que el público pueda tener la posibilidad de conocer más de cerca al autor, conocer su portafolio de obras, así como poder tomar contacto con él.

13. Un aspecto también muy positivo que han generado los concursos organizados por la Dirección de Derecho de Autor del INDECOPÍ, en los que se busca revalorizar la cultura ancestral propiciando el que las manifestaciones o expresiones de ésta se reflejen en las propuestas que se presenten, es el que este tipo de actividades vienen siendo replicadas

también por parte de algunas Oficinas Regionales de INDECOPI, teniendo como público objetivo a los escolares

## II. CONCURSOS LLEVADOS A CABO POR PARTE DE LA DIRECCION DE DERECHO DE AUTOR DE INDECOPI

### A. CONCURSO I – PRIMER CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO DE MODAS – OBRAS DE ARTES APLICADO – REVALORIZACIÓN DE LA CULTURA PERUANA EN LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL DISEÑO DE MODAS

14. El Primer concurso Nacional de Diseño de Modas - obras de arte aplicado, llevado a cabo en el año 2018 tuvo por finalidad difundir la importancia que el derecho de autor brinda a las obras de arte aplicado, entendiéndose como tales, aquellas obras artísticas aplicadas a objetos de uso práctico, bien sean obras de artesanía u obras producidas a escala industrial, las mismas que se encuentran vinculadas al ámbito del diseño de moda y que, entre otros aspectos, posean motivos que reflejen nuestra identidad cultural.



*Afiche del Concurso*

15. La iniciativa del concurso estuvo dirigida a promover la importancia de la protección que brinda el derecho de autor a las obras de arte aplicado, como es el caso de los diseños de indumentaria y accesorios. El concurso incluyó la posibilidad de presentar propuestas relacionada a indumentaria (masculina y femenina) y accesorios o complementos, como calzado, bolsos, joyería, bisutería, lentes, sombreros, entre otros.

16. En el presente concurso las ganadoras fueron tres diseñadoras.

17. El primer lugar lo obtuvo la señorita Tania Coter Avila, natural de Huancayo, quien participó mediante el seudónimo TACOAV, con su propuesta de accesorio (collar y aretes)

denominado: COYLLUR WALLA palabras quechua que significan “llanto de estrella”. La propuesta tomó como tema de inspiración a la iconografía WANKA.



*Propuesta merecedora del Primer lugar:  
propuesta de accesorio (Collar y aretes) denominada “COYLLUR WALLA”.*

18. El segundo lugar se otorgó para Anneth Jager Ghilardi, natural de Lima, quien participó bajo el seudónimo de: SISA SELVA, con la propuesta de accesorio (cartera) denominado: SELVA CAUTIVANTE. Dicha propuesta fue elaborada en base a piel de paiche (especie de pez que habita en ríos y lagunas de la amazonía peruana).



*Propuesta merecedora del Segundo lugar:  
propuesta de accesorio (cartera), denominada “Selva Cautivante”*

19. El tercer lugar se otorgó a Patricia Pumaleque Lopez, natural de Arequipa, quien participó bajo el seudónimo de HYOUKA, con la propuesta de vestido denominado: GLOSBE, palabra aymara cuyo significado es “multicolor”.



*Propuesta merecedora del Tercer lugar:  
propuesta de vestido denominado: GLOSBE, palabra aymara cuyo significado es “multicolor”.*

20. Su tema de inspiración surgió a partir de la LLICLLA puneña, a través de ella la creadora destaca la combinación de colores y la aplicación de la LLICLLA en los diferentes cortes de costura del vestido, implementando para ello el tejido a crochet y el manejo de las artes visuales en el pintado de la tela. La Lliclla es una manta tejida que llevan las mujeres en los Andes peruanos con múltiples usos. Suele ser muy colorida con motivos, patrones, tamaños y colores que varían de acuerdo a la región, etnia o nación del artesano.



*Ganadoras del concurso posando con los miembros del jurado calificador y personal de la  
Dirección de Derecho de Autor en el día de la ceremonia de premiación*

B. CONCURSO II - SEGUNDO CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO DE MODAS – OBRAS DE ARTES APLICADO – REVALORIZACIÓN DE LA CULTURA PERUANA EN LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL DISEÑO DE MODAS

21. En virtud del éxito y expectativa que generó el primer concurso de diseño de modas – obras de arte aplicado, la Dirección de Derecho de Autor del Indecopi organizó una segunda edición en el año 2019.



*Afiche del concurso*

22. El primer lugar fue otorgado a Leslie Larenas, natural de Arequipa, por su propuesta denominada “Larenas”. Se trata del diseño de un vestido tejido con fibras naturales de algodón aprovechando los remanentes de otros tejidos. La diseñadora mezcla texturas tejidas a mano que representan la diversidad cultural y la fuerza de los peruanos.



*Propuesta merecedora del Primer lugar del concurso: propuesta de vestido denominada: "Larenas"*

23. El segundo lugar fue otorgado a Bertha Rojas, natural de Lima, en base a su propuesta "Tawa". Se trata de un enterizo convertible que revaloriza la Cultura Inca, sus costumbres, tradiciones y valores. El diseño emplea dos tonos contrastes, el dorado que representa la vida en abundancia y la riqueza, y el negro que refleja la parte más oscura y el ocaso de la civilización incaica. Además, representa el símbolo de la "chakana" que muestra el vínculo entre dos elementos opuestos como la tierra y el sol, el ser humano y el ser superior y la claridad y la oscuridad.



*Propuesta merecedora del Segundo lugar del concurso: propuesta de enterizo convertible denominada "Tawa".*

24. El tercer lugar fue otorgado a Keren Rosero, natural de Loreto, por su propuesta “Floristika”. Se trata del diseño de maxiaretos (aretos largos) elaborados con hilo de chambira procesada (palmera), teñidas al natural. Cada pétalo de la flor fue tejido cuidadosamente a crochet y bordado a mano. Cada hebra de la chambira fue procesada con mostacillas miyuki (lentejuelas o chaquiras) y en el centro luce una flor hecha con semilla de yarina (otra especie de palmera) teñida también al natural, y agrega aplicaciones de piezas de acero inoxidable.



*Propuesta merecedora del Tercer lugar del concurso: propuesta de aretes denominado “Floristika”*

25. En la edición del concurso se tuvo la oportunidad de realizar una muy merecida mención honrosa a una de las propuestas presentadas por una de las participantes que contaba con discapacidad visual severa. Karen Haydeé Horna Mendoza, artista del distrito de Guadalupe, en La Libertad, presentó la propuesta denominada ‘Mochica al siglo XXI’.

### C. CONCURSO III – PRIMER CONCURSO NACIONAL DE CORTOMETRAJES

26. La Dirección de Derecho de Autor del Indecopi convocó en el año 2019 al primer concurso de cortometrajes para promover la importancia del derecho de autor en el sector audiovisual, cuyo contenido se dirigió a la revalorización de la cultura y la identidad nacional del Perú y para sensibilizar a la población sobre el debido respeto la propiedad intelectual.



*Afiche del concurso*

27. A través de este concurso, se destacó la importancia de este tipo de iniciativas que buscan impulsar la creatividad y producción de obras cinematográficas peruanas, fomentando la cultura e incentivando propuestas originales a nivel nacional, además de promover el respeto por los derechos de autor e impulsar el rechazo a la piratería.

28. El cortometraje ganador se tituló “Los derechos de autor con el Chino y Leonela” de los autores Cristian Ricardo García Zelada, Leonela Del Rosario Alarcón Carrillo y Edwin Lam Astocóndor, quienes participaron bajo el seudónimo ‘Bienaventurados Films’.



*Ganador del concurso de cortometraje: propuesta de cortometraje “Los derechos de autor con El Chino y Leonela”*

29. Fue con la realización de este concurso que se empezó a contar, hasta la fecha y para los siguientes concursos organizados por la Dirección de Derecho de Autor, con el apoyo nominal del Ministerio de Cultura.





*Ganadores de los Tres primeros lugares y sus respectivas propuestas*

33. El segundo lugar fue para Carlos Antonio Roque Córdova, con el cómic “Huaca”. El personaje principal del cómic es Lorenzo, dueño de un restaurante que recurre a prestamistas para impulsar su negocio, pero termina herido de muerte al no poder pagarles. Tras ser enterrado en una huaca preinca, revive convertido en un poderoso ser de armadura dorada y tocados incaicos.

34. El Tercer lugar fue ocupado por Juan Francisco Mendoza Gilbonio, con el cómic titulado “Hatunkay”. El personaje principal de la historia es Esteban Runa, joven guitarrista de Ayacucho, quien tras conversar con una diosa inca a través de un ídolo de piedra se transforma en Hatunkay, un dios musculoso de cabello largo, armadura de broce y cetro mágico de oro que lucha contra la injusticia.

#### E. CONCURSO V – PRIMER CONCURSO NACIONAL DE FOTOGRAFÍA – EL PODER DE UNA MUJER CREATIVA

35. A través del presente concurso que se lanzó a inicios del 2023, se buscó, además de propiciar el uso de la propiedad intelectual, en particular del derecho de autor, en favor del cierre de brechas entre hombres y mujeres, conectar las imágenes como una herramienta para mantener siempre vivos aspectos clave de nuestra cultura y tradiciones en el ideario colectivo, contribuyendo a reforzar nuestra identidad, para aprender a valorarla y protegerla



*Afiches del concurso*



*Ganadoras del concurso posando con los miembros del jurado calificador y personal de la Dirección de Derecho de Autor en el día de la ceremonia de premiación*

36. En cuanto a los ganadores, el primer lugar fue para Conny Lazarte Hinojosa, natural del departamento de Arequipa, con la propuesta denominada “PARAISO PROHIBIDO”. En su fotografía se busca mostrar la dualidad de una mujer de campo y una mujer de ciudad, a través de la mirada de la mujer que busca enfrentar su pasado y raíces, con su presente o realidad.



*Propuesta fotográfica merecedora del Primer lugar, denominada: "PARAISO PROHIBIDO"*

37. El segundo lugar fue para Brigitte Colque Zegarra, natural de Arequipa, con la propuesta: "UNA ALTERNATIVA DE VIDA SIN EXCUSAS". Su fotografía es un homenaje a su abuela Fidela Pino, natural de Arequipa que dedicó su vida entera a cuidar a sus 3 hijos sola, vendiendo flores y plantas de su huerta en el mercado local para llevar un pan a su familia.



*Propuesta fotográfica merecedora del Segundo lugar, denominada: "UNA ALTERNATIVA DE VIDA SIN EXCUSAS"*

38. El tercer lugar fue ocupado por Diana Yarlaqué Balta, natural de Lambayeque, con la propuesta denominada “EL LEGADO DE INKA MEA”. La fotografía nos muestra a Zoila, Antonia y Clemencia, mujeres indígenas de la etnia shipibo konibo quienes se encuentran a orillas del río Ucayali. Ellas se dedican a la artesanía, bordado, pintado y cerámica. Desde los 10 años iniciaron el arte Kené, a través del cual expresan lo espiritual, físico y cultural de su pueblo.



*Propuesta fotográfica merecedora del Tercer lugar, denominada: “EL LEGADO DE INKA MEA”*

[Fin de la contribución]

## SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL RESPETO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN PORTUGAL

*Documento preparado por la Sra. Ana Filipa Espinheiro, jurista, y revisada por la Sra. Raquel Campos, jurista, Departamento de Relaciones Exteriores, Instituto Nacional Portugués de la Propiedad Industrial (INPI), Lisboa, Portugal\**

### RESUMEN

En los últimos años, Portugal ha intensificado significativamente sus esfuerzos para aumentar la concienciación pública sobre los derechos de propiedad intelectual (DPI), alertando al mismo tiempo sobre los daños causados por el consumo de productos falsificados y pirateados.

En 2010, el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) de Portugal y las principales autoridades portuguesas encargadas de la observancia de la ley aunaron esfuerzos para crear el Grupo de Lucha contra la Falsificación (GAC), validado por la Orden n.º 882/2010, con el objetivo de contar con una estructura nacional para la coordinación de las autoridades responsables de la lucha contra la falsificación y fomentar la cooperación y la interoperabilidad de estos organismos entre sí y con el sector privado. El grupo ha venido ampliándose, integrando en la actualidad a varias entidades públicas, privadas y de la sociedad civil.

El INPI y las entidades que componen el GAC han puesto en marcha varios proyectos, actividades y campañas de sensibilización, dirigidos a las generaciones jóvenes y a la sociedad civil, en los que se destaca la importancia de la propiedad intelectual (PI) y los peligros que plantean los productos falsificados y pirateados.

### I. INTRODUCCIÓN

1. El Grupo de Lucha contra la Falsificación (GAC) se creó formalmente en septiembre de 2010, con la misión de reforzar la coordinación de las autoridades nacionales responsables de la lucha contra la falsificación y promover la cooperación entre ellas y con el sector privado. En la actualidad, el Grupo desempeña un papel clave en la lucha contra la falsificación y la piratería a escala nacional y es la plataforma privilegiada para el intercambio de buenas prácticas y conocimientos especializados. El GAC se encarga asimismo de representar a Portugal ante el Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual (Observatorio) de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO).

2. El Grupo ha evolucionado notablemente desde su creación. Además de las entidades fundadoras, entre las que figuran el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) de Portugal y otros organismos nacionales encargados de la lucha contra la falsificación, a saber, la Autoridad de Seguridad Alimentaria y Económica (ASAE), Aduanas (AT), la Policía de Seguridad Pública (PSP), la Guardia Nacional Republicana (GNR) y la Policía Judicial (PJ), también incluye otras entidades de los sectores público y privado, así como representantes de la sociedad civil.

3. En 2010, el grupo puso en marcha el Portal de lucha contra la falsificación (<https://anti-contrafacao.gov.pt/>), en el que se ofrece información general y estadísticas sobre

---

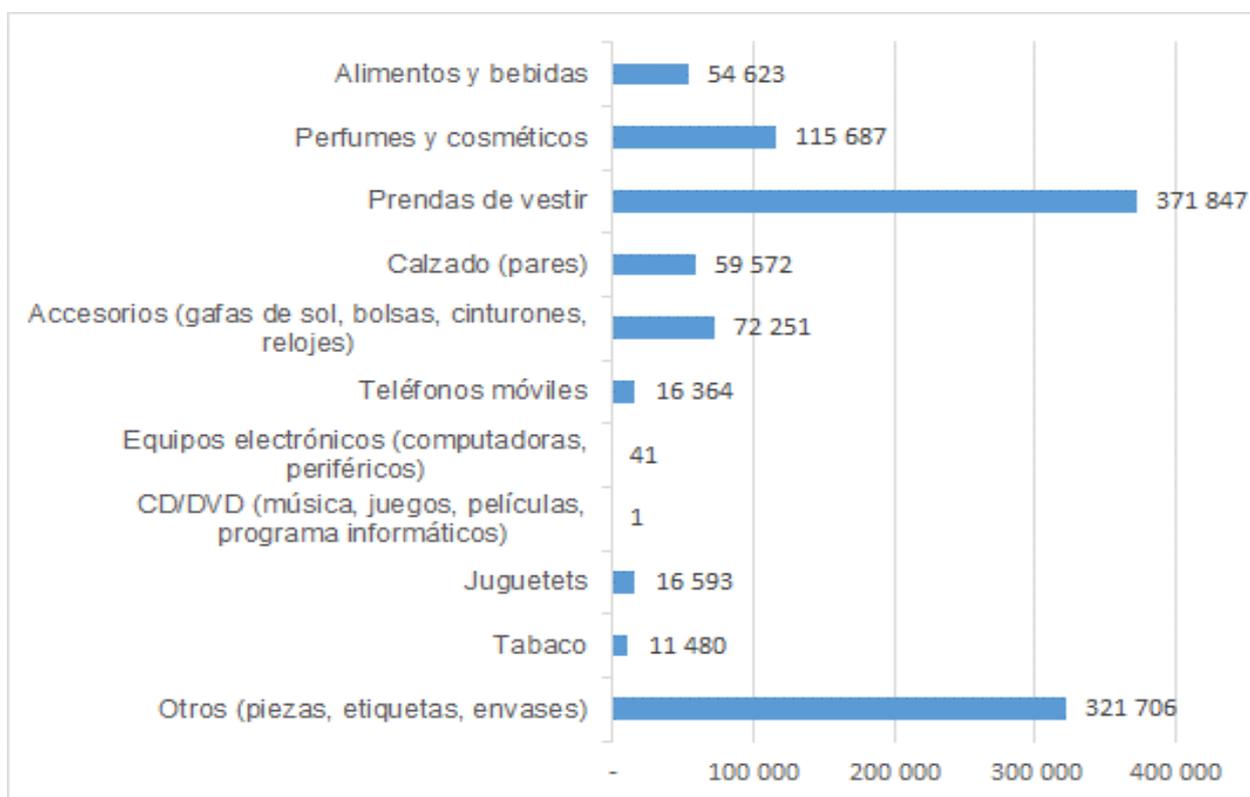
\* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden al autor y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

falsificaciones, se exponen los medios de protección jurídica y se proporciona información útil para quienes deseen presentar una denuncia.

4. En 2022, para acercarse más al público en general y llegar a la generación joven, el GAC abrió una cuenta de Instagram ([https://www.instagram.com/inpi\\_pt/](https://www.instagram.com/inpi_pt/)).

5. Cada año, el GAC organiza reuniones técnicas y de alto nivel con el fin de analizar las actividades realizadas a lo largo del año anterior y proponer actividades para los meses siguientes. En la página web del GAC se puede consultar el Informe Anual de 2022, el Plan de Acción para 2023 y otras informaciones pertinentes.

6. En los informes anuales se reseñan todas las acciones que el GAC organiza cada año, su repercusión y las sinergias creadas. También se ofrece un análisis de los datos sobre las incautaciones. Por ejemplo, en 2022 las autoridades policiales se incautaron de un total de 1 040 345 unidades de productos falsificados y pirateados (véase el gráfico siguiente).



*Incautación de mercancías falsificadas y pirateadas en Portugal en 2022 en valores absolutos.  
 Fuente: Informe de actividades de 2022 del GAC*

## II. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

7. En los párrafos siguientes se presentan algunas de las campañas y actividades de cooperación y sensibilización creadas y realizadas por el GAC.

### A. PROYECTO PI PARA TODOS

8. Este proyecto es el resultado de una asociación, creada en el marco del GAC, entre el INPI, la Guardia Nacional Republicana (GNR) y la Policía de Seguridad Pública (PSP). Tiene

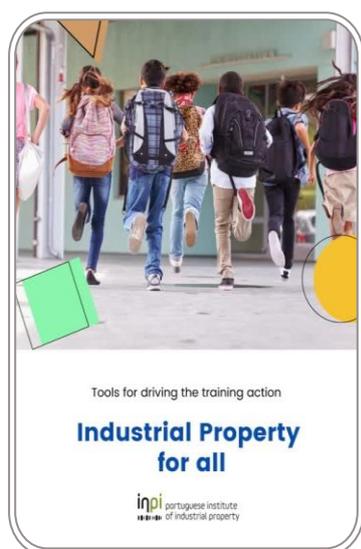
por objeto sensibilizar a los jóvenes desde la enseñanza primaria hasta la secundaria sobre el valor de la propiedad intelectual (PI), la importancia de protegerla mediante el registro y la necesidad de respetar los derechos de PI. Asimismo, advierte sobre los peligros que entraña el consumo de productos falsificados y pirateados.

9. Para ello, el INPI ha elaborado un “KIT IP”, que incluye una presentación en PowerPoint, un documento en Word con una serie de instrucciones que sirven de guía y dinamizan la presentación, así como algunos enlaces a sitios web importantes y vídeos de sensibilización.

a) 2022

10. El proyecto se inició en 2022 con cuatro sesiones de formación en línea destinadas a las unidades de la GNR y la PSP en todo el país. Después de esta formación, los agentes de la GNR y la PJ difundieron mensajes en las escuelas en las que ya estaban presentes sobre otros temas como las drogas, la ciberseguridad y la violencia en la pareja.

11. El INPI acompañó a la GNR y a la PSP en varias ocasiones, especialmente durante la celebración del Día Mundial de la Propiedad Intelectual y la semana en la que se celebró el Día Mundial contra la Falsificación. En estas ocasiones, el INPI presentó ponencias de sensibilización e interactuó con el público joven.



Para más información, véase el vídeo del proyecto (en inglés): <https://youtu.be/OHhOqwqUoPk>

b) 2023

12. Con motivo del Día del Niño (1 de junio), el INPI puso a disposición de los interesados una serie de materiales educativos para su uso en las escuelas, en el marco del proyecto *PI para Todos*.

13. El INPI amplió asimismo el proyecto a las escuelas primarias, con excelentes resultados. Para llegar a este público tan joven, el INPI decidió no utilizar el KIT IP, que es más adecuado para alumnos de 11 años o más, optando más bien por un enfoque informal y empleando conceptos sencillos de PI que los niños pudieran entender fácilmente. Se mostraron episodios del dibujo animado *Pororo, el pequeño pingüino* (elaborado por la Oficina Coreana de PI

(KIPO) junto con la OMPI<sup>1</sup> y el cómic de estilo coreano, manhwa, de la OMPI, *Dibujemos un sueño*, creado conjuntamente con el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo (MCST) de la República de Corea<sup>2</sup>. Esas herramientas causaron sensación entre los niños. Se mostraron muy interesados por el manhwa y, dado que, al ser alumnos del primer año de primaria acababan de aprender a leer, leyeron con entusiasmo su primer cómic.

c) Resultados del proyecto

14. En total, desde el inicio del Proyecto *PI para Todos* en 2022 hasta junio de 2023, el INPI, junto con la GNR y la PSP, llevó a cabo más de 441 actividades de sensibilización sobre cuestiones relacionadas con la PI y la falsificación. Estas actividades se realizaron en más de 314 escuelas, con la participación de más de 11 956 escolares y 565 formadores de la GNR pertenecientes a las Secciones de Prevención del Delito y Policía de Proximidad (SPCPC) de los Destacamentos Territoriales de la GNR.



B. CAMPAÑA SOBRE LA FALSIFICACIÓN DE PIEZAS DE REPUESTO PARA AUTOMÓVILES

15. En el marco de la Semana contra la Falsificación 2022, el INPI y el Observatorio de la EUIPO unieron sus fuerzas para llevar a cabo una campaña contra la falsificación, con el fin de concienciar a la sociedad sobre los efectos devastadores de la falsificación en la economía, la sociedad, la salud, la seguridad y el medio ambiente.

16. Concebida en colaboración con la EUIPO, esta campaña se centró en la falsificación de piezas de repuesto para automóviles. El piloto portugués de carreras de resistencia Filipe Albuquerque actuó como portavoz principal, y el piloto español Miguel Molina, que fue filmado en Le Mans durante las *24 Horas de Le Mans*, también participó en la campaña.

17. La idea surgió del informe de 2022 *Dangerous Fakes - Trade in Counterfeit Goods That Pose Health, Safety and Environmental Risks* [Falsificaciones peligrosas: comercio de

<sup>1</sup> Los episodios de *Pororo, el pequeño pingüino* relacionados con la propiedad intelectual están disponibles en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLE959E9FF7D8E0CF2>.

<sup>2</sup> Disponible en <https://www.wipo.int/export/sites/www/enforcement/en/pdf/wipo-webtoon-2021.pdf>.

productos falsificados que plantean riesgos para la salud, la seguridad y el medio ambiente], publicado conjuntamente por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la EUIPO.<sup>3</sup> En dicho informe se concluía que “entre los productos falsificados peligrosos más comunes adquiridos en línea figuran los artículos de cosmética, seguidos de las prendas de vestir, los juguetes y las piezas de repuesto de automóviles”.

18. Además, en el Informe de la EUIPO de 2020 sobre la situación de las infracciones de los derechos de propiedad intelectual se estimaba que el 97% de los productos falsificados planteaban un riesgo grave, ya que podían contener sustancias químicas, causar asfixia, lesiones auditivas o estrangulamiento o presentar riesgo de incendio y descarga eléctrica.

19. Esto es especialmente pertinente para el mercado mundial de piezas de repuesto y accesorios para automóviles, en el que se han detectado varios componentes de seguridad falsificados, como pastillas de freno, *airbags*, ruedas, neumáticos, piezas de suspensión, cinturones de seguridad, filtros de aceite y aire, parabrisas, microchips, bujías, motores y piezas estructurales.

20. Los productos falsificados plantean riesgos potencialmente graves para los consumidores, ya que no se fabrican siguiendo las especificaciones del fabricante, no se someten a pruebas de control de calidad y a menudo no funcionan de la manera prevista, lo que puede provocar fallos catastróficos, con consecuencias potencialmente mortales.

21. Por ello, resultaba especialmente urgente llamar la atención del público y, en particular de los más jóvenes, que serán los futuros consumidores, sobre los peligros que plantean los productos falsificados y sobre el hecho de que la falsificación es un delito a menudo asociado a organizaciones delictivas.

22. La concepción de la campaña de sensibilización se basó en las perspectivas de un joven piloto influyente y, aunque la campaña comenzó en el sector del automóvil, luego se amplió a varios otros sectores y productos.



Para más información, vea el vídeo (en inglés): <https://youtu.be/4FfGch-600Y>.

<sup>3</sup> Disponible en <https://www.oecd.org/publications/dangerous-fakes-117e352b-en.htm>.

### C. CAMPAÑA DEL CLUB DE FÚTBOL OPORTO

23. En 2022, el *Futebol Clube do Porto* (uno de los miembros titulares de marcas dentro del GAC y miembro de la *União de Marcas*) puso en marcha una campaña de concienciación destinada a alertar a los seguidores del club sobre la importancia de no comprar productos falsificados. En particular, la campaña instaba a los consumidores a que prestaran atención a los detalles de los artículos, a fin de asegurar que los productos adquiridos fueran originales.

24. Según el estudio de la EUIPO de 2020 *European Citizens and Intellectual Property: Perception, Awareness and Behaviour* [Los ciudadanos europeos y la propiedad intelectual: percepción, conciencia y comportamiento], los consumidores siguen experimentando dificultades para distinguir los productos auténticos de los falsificados.<sup>4</sup> El 11% de los encuestados en Portugal afirmó haber sido inducido a comprar productos falsificados.

25. El comercio de productos falsificados afecta a todos los sectores, incluidos los productos cosméticos, los juguetes, el vino, la electrónica, las prendas de vestir e incluso los pesticidas. Pueden plantear graves riesgos para la salud y la seguridad de los consumidores e incluso exponerlos a sustancias químicas peligrosas y otros riesgos.



Para más información, véase el vídeo (en portugués): [Instagram.com/p/CZAWwmJlg2s/](https://www.instagram.com/p/CZAWwmJlg2s/).

26. La traducción al inglés de la transcripción del vídeo dice lo siguiente: “¿Duda? No. Pero ahí está la luz, la realidad. ¿Cómo se hace un jersey de campeón? Con muchos detalles. Oporto, la palabra exacta, nunca engaña (con sudor, pasión, talento, unión). El color de sus venas y la blancura de las alas de los poetas. Azul, blanco, indomable, inmortal. Hay detalles

<sup>4</sup> Estudio disponible en: <https://www.euipo.europa.eu/en/publications/european-citizens-and-intellectual-property-perception-awareness-and-behaviour-2020>.

que es imposible copiar. No compre falsificaciones. Compre Oporto. Productos oficiales FC Porto”.

### **III. CONCLUSIONES**

27. El INPI tiene la firme convicción de que estas campañas pueden marcar la diferencia y que las actitudes hacia la falsificación y la piratería empezarán a cambiar si todos colaboramos para concienciar sobre el valor de la PI y la importancia de respetarla, lo que implica comprar productos originales, acceder a contenidos legales y tener siempre presente los peligros que los productos falsificados y pirateados pueden suponer para nuestra seguridad y nuestra salud.

[Fin de la contribución]

## FOMENTAR LOS CONOCIMIENTOS SOBRE PI ENTRE LOS JÓVENES DE LA REPÚBLICA DE MOLDOVA – LA FUNCIÓN DE LA AGENCIA ESTATAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

*Documento preparado por el Sr. Eugeniu Rusu, director general, Agencia Estatal de Propiedad Intelectual de la República de Moldova (AGEPI), Chisinau (República de Moldova)\**

### RESUMEN

La propiedad intelectual (PI) es esencial en la era de la tecnología y la innovación, y tiene una incidencia significativa en el desarrollo económico y cultural de los países. En la República de Moldova, la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual (AGEPI) desempeña una función decisiva en la promoción y el fomento del nivel de conocimientos sobre PI entre los jóvenes. Esta Agencia realiza varias actividades encaminadas a incrementar la sensibilización sobre los derechos de PI entre los jóvenes y a educar a la generación más joven, organizando seminarios, cursos temáticos, campañas de sensibilización y concursos. Mediante estas iniciativas, la Agencia informa a la juventud de los conceptos y principios fundamentales de la PI y resalta la importancia de proteger los derechos de PI. Asimismo, al continuar y fortalecer esta labor, la Agencia contribuye al desarrollo de una cultura de respeto y valorización de la PI, velando así por que la República de Moldova tenga un futuro próspero y competitivo en la economía mundial basada en los conocimientos.

### I. INTRODUCCIÓN

1. La propiedad intelectual es un elemento fundamental en la era de la tecnología y la innovación, y constituye un recurso valioso para el desarrollo económico y cultural del país. En un mundo globalizado y orientado hacia la innovación, los conocimientos y la protección de los derechos de PI son indispensables para fomentar la innovación la competitividad económica. Los jóvenes han de ser conscientes del valor de este sector y de su incidencia en el desarrollo sostenible del país.

2. En este contexto, el aumento de los conocimientos sobre PI entre los jóvenes de la República de Moldova se convierte en una prioridad, y la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual desempeña una función decisiva al respecto. El presente resumen se centra en las iniciativas de esta Agencia encaminadas a promover y aumentar los conocimientos sobre PI entre los jóvenes del país.

### II. EL AUMENTO DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL ENTRE LOS JÓVENES

#### A. EDUCACIÓN

3. La educación es un elemento esencial de la promoción de los conocimientos sobre PI entre los jóvenes. Entre otras iniciativas, la Agencia se centra en elaborar y poner en marcha un programa de formación idóneo con objeto de informar y enseñar a los jóvenes la importancia y los beneficios de la PI. Unos conocimientos sólidos sobre PI brindan a los

---

\* 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.

jóvenes perspectivas de una vida profesional prometedora en los sectores creativo, tecnológico y de investigación. Por lo tanto, la Agencia tiene el cometido de proporcionar la información y los recursos didácticos pertinentes.

4. Mediante la educación en materia de PI, la Agencia se propone impulsar una cultura de respeto y valorización de los derechos de PI entre los jóvenes del país. La comprensión y aplicación correctas de los conceptos y principios de PI ayudará a los jóvenes a proteger sus propias creaciones e innovaciones, a aprovechar el potencial económico y a contribuir al desarrollo de la República de Moldova.

## B. SEMINARIOS Y CURSOS TEMÁTICOS

5. La Agencia organiza de forma periódica seminarios y cursos temáticos en escuelas y universidades con objeto de informar a los jóvenes sobre los conceptos y principios fundamentales de PI y sensibilizarlos acerca de la importancia de proteger los derechos de PI.

## C. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

6. La Agencia lleva a cabo campañas de sensibilización para llamar la atención sobre los riesgos vinculados a la falsificación y la piratería, y resaltar la importancia de proteger los derechos de PI. Estas campañas contribuyen a educar a los jóvenes y a desarrollar una actitud plenamente consciente respecto de la PI.

7. A continuación algunos ejemplos de campañas de sensibilización organizadas por la Agencia y sus asociados:

- La campaña de sensibilización “*Alto a la piratería y la falsificación*” dirigida a alumnos (2014):
  - Número de instituciones educativas participantes en el proyecto: 68.
  - Número de estudiantes que participaron: 6 400.
- La campaña de sensibilización “*¿Conoce los riesgos? La piratería en línea es peligrosa*” (2018):
  - En el sitio web de la campaña ([www.pirateriaonline.md](http://www.pirateriaonline.md)) y en las redes sociales se expusieron todas las formas de piratería y los riesgos que enfrentan los usuarios cuando utilizan de forma ilegal contenido digital. Expertos y especialistas en este ámbito explicaron los riesgos de la piratería en línea, y las alternativas, en formato de vídeo y utilizando un lenguaje sencillo.
- La campaña de sensibilización “*Alto a la piratería y la falsificación*” dirigida a alumnos (2018):
  - Número de instituciones educativas participantes en el proyecto: más de 60.
  - Número de estudiantes que participaron: 6 000.
- La campaña de información dirigida a los niños de los campamentos de verano de la ciudad de Chisinau sobre los riesgos de la falsificación y la piratería (2023) (véase la sección VI que figura más adelante).



## D. CONCURSOS Y ACTOS ESPECIALES

8. La Agencia organiza diversos concursos y actos especiales con la participación de jóvenes, con el propósito de fomentar su creatividad y su interés en el ámbito de la PI. Mediante estas iniciativas, la Agencia alienta la participación activa de los jóvenes en la promoción y protección de los derechos de PI. Entre los ejemplos de concursos organizados por la Agencia cabe citar los siguientes:

- un concurso de dibujo para niños y jóvenes con el tema *Las innovaciones que harán del mundo un lugar mejor*; y



- un concurso de PI para personas jóvenes (siete ediciones).

## E. ASOCIACIONES

9. La Agencia colabora con organizaciones juveniles e instituciones educativas, y participa como asociada en los concursos y certámenes organizados por estas entidades. Estas colaboraciones amplían el alcance de la Agencia y facilitan la incorporación del tema de la PI en diversos actos y proyectos, otorgando a los jóvenes más oportunidades para expresar su creatividad y sus aptitudes en este ámbito.

10. Entre los ejemplos de la participación de la Agencia como asociada, aportando material de promoción y con el concurso de especialistas de la Agencia en la evaluación o la capacitación, cabe citar los siguientes:

- concurso nacional de ciencia e ingeniería para estudiantes *Mold SEF*;
- concurso económico estudiantil *Hoy estudiante, mañana empresario*; y
- concurso para estudiantes *Embajadores jóvenes Tekwill* (parte del programa *Tekwill en todas las escuelas*).



### III. FUNCIÓN DE LA AGENCIA ESTATAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA EDUCACIÓN EN MATERIA DE PI

11. La Agencia Estatal de Propiedad Intelectual ha adoptado un enfoque proactivo para abordar las deficiencias en cuanto a conocimientos sobre PI entre los jóvenes. En colaboración con el Ministerio de Educación e Investigación, la Agencia incluyó un curso de formación optativo denominado “*Introducción al ámbito de la PI*” en el plan de estudios de la enseñanza secundaria (grados 10-12). La Agencia ha elaborado también un plan de estudios nacional en el ámbito de la PI para la enseñanza secundaria, basado en las prácticas de otros países. Estas iniciativas educativas tienen por objeto proporcionar conocimientos sólidos y desarrollar aptitudes prácticas relacionadas con la PI, preparando de esa forma a los jóvenes para hacer frente a los desafíos en el campo de la innovación y la creatividad. Mediante estos programas, la Agencia contribuye a la formación de una nueva generación de jóvenes conscientes de la importancia y la incidencia de la PI en la sociedad contemporánea. Es fundamental destacar que todavía se están realizando gestiones para implantar este curso. Los pasos siguientes engloban la preparación de materiales didácticos y la formación de docentes. La Agencia sigue trabajando en ello, y aspira a que este curso optativo esté disponible en todas las escuelas.

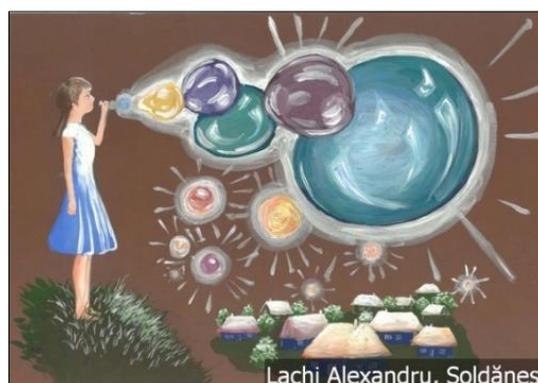
#### IV. CONCURSO DE DIBUJO PARA JÓVENES: LAS INNOVACIONES QUE HARÁN UN MUNDO MEJOR

12. Como parte de los esfuerzos encaminados a promover la PI entre los jóvenes, la Agencia organizó, entre el 1 de junio y el 31 de octubre de 2022, un concurso de dibujo para jóvenes con el título *Las innovaciones que harán un mundo mejor*. Su objetivo era promover el sistema de PI entre los jóvenes, destacando la incidencia positiva de las innovaciones en la sociedad, y desarrollando las aptitudes y el espíritu competitivo de los jóvenes. En el concurso podían participar todos los jóvenes de la República de Moldova, y lo podían hacer integrando dos grupos de edad distintos: entre 7 y 13 años, y entre 14 y 18 años. Se alentó a los participantes a presentar ideas y soluciones innovadoras para los problemas actuales, o a proponer mejoras en los ámbitos de la tecnología, el medio ambiente, la educación, la salud u otras esferas de interés.



13. Se presentaron 142 obras en total procedentes de diversas instituciones educativas de todo el país, buena muestra de una creatividad y originalidad notables en las aportaciones de los niños. Los tres participantes triunfadores de cada grupo de edad recibieron el reconocimiento por su obras excepcionales; la Agencia les dio vales de regalo, que podían utilizarse para adquirir productos y aparatos electrónicos. Además, se otorgaron a todos los participantes en el concurso diplomas de participación y material de promoción.

14. Para mostrar y celebrar la creatividad artística de los jóvenes participantes, la Agencia elaboró una página web especial en la que se pueden ver todas las obras presentadas: <https://agepi.gov.md/ro/content/concurs-de-desen>.



#### V. CONCURSO PARA JÓVENES EN EL ÁMBITO DE LA PI

15. Desde 2017, la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual organiza anualmente un concurso para jóvenes en el ámbito de la PI, en asociación con el Ministerio de Educación e Investigación de la República de Moldova, la Oficina Estatal para Invenciones y Marcas de Rumania y la Oficina de Derecho de Autor de Rumania. Tradicionalmente, el concurso comienza el 26 de abril, con ocasión del Día Mundial de la PI, con el tema elegido para cada año por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). El concurso está dirigido a alumnos de la escuela secundaria (grados IX-XII), profesionales técnicos, e instituciones

profesionales técnicas de enseñanza secundaria y superior de Rumania y la República de Moldova. Este concurso, que actualmente está en su séptima edición, representa una plataforma importante para jóvenes con talento interesados en el ámbito de la PI, y les da la oportunidad de expresar su creatividad y mostrar sus aptitudes en este ámbito que es esencial para la innovación y el desarrollo. En cada edición participan aproximadamente 60 jóvenes.

16. El concurso se desarrolla en tres fases:

- En la primera fase se admite a todos los participantes que rellenaron el formulario de inscripción.
- En la segunda fase se elige solo a quienes respondieron correctamente una serie de preguntas.
- En la fase final, los participantes seleccionados preparan un trabajo (presentación PowerPoint, representación, entrevista, película breve, estudio, dibujo, etc.) relacionado con la PI basado en los temas elegidos a partir de una lista proporcionada por los organizadores.

17. El comité organizador realiza la evaluación de las obras y la entrega de premios en una sesión de clausura a la que son invitados todos los finalistas del concurso. Conforme al reglamento, los participantes en el concurso ganan premios que despiertan interés.



## VI. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS RIESGOS DE LA FALSIFICACIÓN Y LA PIRATERÍA

18. En 2023, el Observatorio de Observancia de los Derechos de PI, establecido por la Agencia, organizó una campaña de sensibilización de los niños de los campamentos de verano de Chisinau sobre los riesgos de la falsificación y la piratería. El objetivo de esta campaña era enseñar a los jóvenes acerca de los peligros vinculados a la falsificación y la piratería, y alentarlos a que respeten los derechos de PI. Mediante exposiciones interactivas, debates y actividades prácticas, la Agencia consiguió suscitar el interés de los niños en la importancia de la protección de la PI de forma atrayente y didáctica. Asimismo, los niños tuvieron la oportunidad de examinar varios productos falsificados aportados por el Servicio de Aduanas de la República de Moldova, aumentando de esa forma su capacidad para reconocerlos. La Agencia se propone conformar una generación consciente y responsable que reconozca el fenómeno de la falsificación y la piratería y luche contra ellas. Esta iniciativa tiene por objeto promover el respeto de la PI y sensibilizar a los niños en ese sentido, contribuyendo de esa forma a crear un entorno más seguro y protegido para la innovación y la creatividad. La campaña finalizó con 33 sesiones informativas en total, a las que asistieron 728 niños con edades comprendidas entre los 5 y los 16 años.



## VII. ORIENTACIONES Y PERSPECTIVAS FUTURAS

19. La Agencia Estatal de Propiedad Intelectual debe continuar y fortalecer sus esfuerzos encaminados a la promoción de los conocimientos sobre PI entre los jóvenes de su país. Con este objetivo, es necesario poner en marcha actividades y estrategias a largo plazo para facilitar el acceso a la información y los recursos pertinentes en el ámbito de la PI.

20. Un aspecto importante en este camino es la modernización de la plataforma de enseñanza electrónica para los cursos de PI. Mediante los recursos informativos y los cursos de enseñanza a distancia centrados en los jóvenes, la Agencia puede proporcionar una experiencia didáctica interactiva y sencilla adaptada a las necesidades y preferencias de los jóvenes.

21. La Agencia debería además seguir colaborando con las instituciones educativas para incorporar el tema de la PI en los planes de estudio. De esa forma, los jóvenes se beneficiarán de una educación más formal y estructurada en este ámbito, lo que contribuiría a la consolidación de sus conocimientos y al aumento de sus habilidades prácticas en cuanto a PI.

22. Para suscitar el interés de los jóvenes de forma más eficaz y fomentar su participación activa en la comprensión y aplicación de los conceptos de PI, la Agencia debería estudiar nuevos métodos de comunicación y enseñanza adaptados al entorno digital. La utilización de tecnologías modernas, como las redes sociales, los podcasts y otras herramientas digitales establecerá una conexión más fuerte e interactiva con los jóvenes, facilitando su aprendizaje y su participación activa en el ámbito de la PI.

## VIII. CONCLUSIÓN

23. En un mundo cada vez más digitalizado e interconectado, los conocimientos sobre PI de los jóvenes se vuelven indispensables en la República de Moldova. La Agencia asume una función fundamental en la promoción y el aumento del nivel de concienciación y comprensión de los derechos de PI entre los jóvenes de este país. La continuación y el fortalecimiento del

compromiso demostrado de la Agencia Estatal de Propiedad Intelectual con la educación de la generación más joven y su sensibilización respecto de la importancia de proteger y respetar los derechos de PI contribuye al desarrollo de una cultura de respeto y valorización de la PI, velando así por que la República de Moldova tenga un futuro próspero y competitivo en la economía mundial basada en los conocimientos.

[Fin del documento]