

Produção Intelectual 1

Desenvolvimento do
módulo A4 CONTEÚDO
DO MÓDULO 2



Resultado: IO1.A4

15,10.2021

EA

Autoria: Georgios Mavromanolakis

Número do projeto: 2020-1-UK01-KA201-078934

Conteúdos

Capacitar a inovação nas STE(A)M através da sensibilização para a PI.....	1
1.1 Resultados de Aprendizagem.....	2
1.2 Conteúdo principal.....	2
1.2.1 Termos e Definições.....	2
1.2.2 Exemplos práticos.....	4
1.2.3 Casos de estudo.....	7
1.3 Avaliação de Conhecimentos.....	7
1.4 Avaliação de Competências.....	8
1.5 Referências ou recursos adicionais.....	9

1.1 Resultados de Aprendizagem

Este módulo e o plano de aula que o acompanha são sobre o conceito de PI de marcas registadas. Na nossa vida quotidiana, todos nós encontramos marcas comerciais de vários tipos. As marcas comerciais são um tipo importante de PI nos negócios, indústria e comércio e os direitos dos seus criadores/proprietários são protegidos por lei. Neste módulo e plano de aulas proposto, abordamo-los no tema da robótica educativa e do empreendedorismo em geral.

Depois de completar este módulo, vai ser capaz de:

- adquirir conhecimentos práticos sobre o que são marcas registadas e de que forma ou tipo aparecem.
- compreender a sua importância nos negócios, na indústria e no comércio.
- identificar os erros comuns e as más práticas de possível mau uso da marca ou violação.

Tempo estimado: cerca de 45 minutos ou o equivalente a uma hora normal de aula para completar este plano de aula numa sala de aula de 20-25 alunos.

1.2 Conteúdo principal

1.2.1 Termos e Definições

Marcas Registadas

Como definido pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual e pelo Instituto de Propriedade Intelectual da União Europeia, marcas registadas são palavras, títulos, frases ou símbolos, que representam uma empresa, produto ou serviço. O seu objetivo é distinguir ou identificar de forma única os produtos ou serviços de uma empresa dos produtos ou serviços dos seus concorrentes. As marcas são registadas de modo a serem legalmente protegidas como outros tipos de propriedade intelectual. Comuns exemplos de marcas registadas incluem acrónimos, slogans, frases, títulos ou palavras em fontes de estilo, melodias sonoras, emblemas, símbolos, logótipos e personagens fictícios ou mesmo formas de produtos.

Existem muitos tipos de marcas registadas. Estas incluem:

- Nomes de marcas
- Nomes de produtos
- Logótipos de empresas
- Slogans ou frases
- Palavras numa fonte de estilo
- Formas de produto
- Sons ou melodias
- Personagens ou figuras fictícias
- Símbolos, sinais ou emblemas
- Combinação de tudo acima

Em resumo, uma marca comercial é o direito de PI que permite às sociedades/empresas:

- estabelecer uma ligação entre os seus produtos e serviços e os seus clientes
- construir a lealdade dos clientes e o reconhecimento da marca
- distinguir os seus produtos e serviços dos oferecidos por outras empresas.

Por conseguinte, as marcas comerciais desempenham um papel significativo nos negócios, uma vez que:

- são um elemento essencial de vantagem e sucesso em termos de concorrência
- representam o investimento de uma empresa na sua imagem e marca
- são normalmente os direitos de propriedade intelectual preferidos da maioria das empresas e o ativo mais valioso

Uma marca tem de ser registada a fim de obter proteção total. As marcas comerciais podem ser registadas:

- a nível nacional, através dos institutos nacionais de PI.
- a nível da União Europeia como desenho ou modelo comunitário que abrange automaticamente todos os Estados-Membros da UE com um único registo através do

Instituto de Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO)
- através de um pedido internacional na Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

Uma marca registada é protegida por um período de vários anos, geralmente até dez, e pode ser renovada por períodos adicionais ilimitados de dez anos. É importante notar que uma marca deve ser utilizada para os produtos e serviços para os quais tenha sido registada. Se não houver tal utilização após um determinado período, normalmente 5 anos, então a marca pode ser cancelada.

Robótica educativa

O termo refere-se ao vasto campo da utilização de robôs, componentes robóticos ou equipamento para fins educativos. Os propósitos educacionais podem abranger um vasto espectro de casos. Por um lado, estes incluem como público-alvo as crianças e os jovens na utilização de robots fáceis de montar e operar em programação de aprendizagem e computação física. Do outro lado do espectro, os casos educacionais dirigem-se a profissionais e investigadores na utilização de robots complexos e sofisticados na investigação, desenvolvimento e teste das suas capacidades para determinadas aplicações como autonomia de alto nível, interação com seres humanos, etc.

1.2.2 Exemplos práticos

Nesta secção são dados alguns exemplos visuais representativos de marcas registadas da empresa, ícones de robots, kits de robótica educacional e recursos que podem ser utilizados pelos professores nos seus planos de aulas e atividades educacionais.

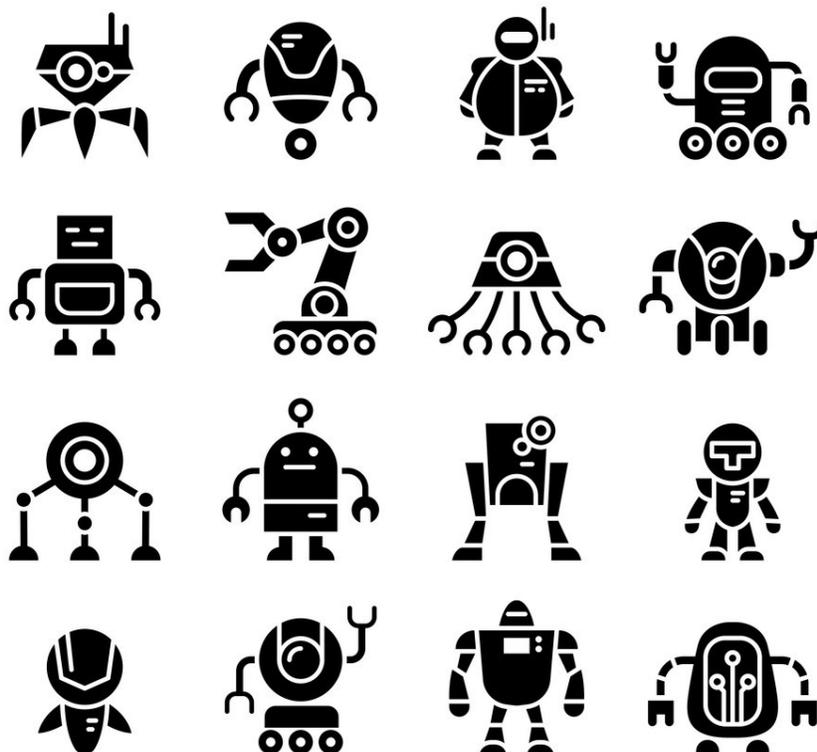
Alguns exemplos representativos de marcas mundialmente famosas sob a forma de logótipos de empresas são mostrados abaixo.

Top 20 most recognizable brand logos

- | | | | |
|--|---|--|---|
| 1.  | 6.  | 11.  | 16.  |
| 2.  | 7.  | 12.  | 17.  |
| 3.  | 8.  | 13.  | 18.  |
| 4.  | 9.  | 14.  | 19.  |
| 5.  | 10.  | 15.  | 20.  |

Imagem 1: Exemplos de marcas mundialmente famosas (logotipos de marcas) Fonte: <https://www.promotique.com/>

Robot icons



VectorStock®

VectorStock.com/19654361

Imagem 2: Exemplos de ícones robóticos que podem ser usados como logótipo de uma empresa ou produto robótico

Fonte: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/robot-icon-set-vector-19654361>



Imagem 3: Kits de robots educativos para crianças do ensino básico

Fonte: <https://sphero.com/> <https://www.irobot.com/root>

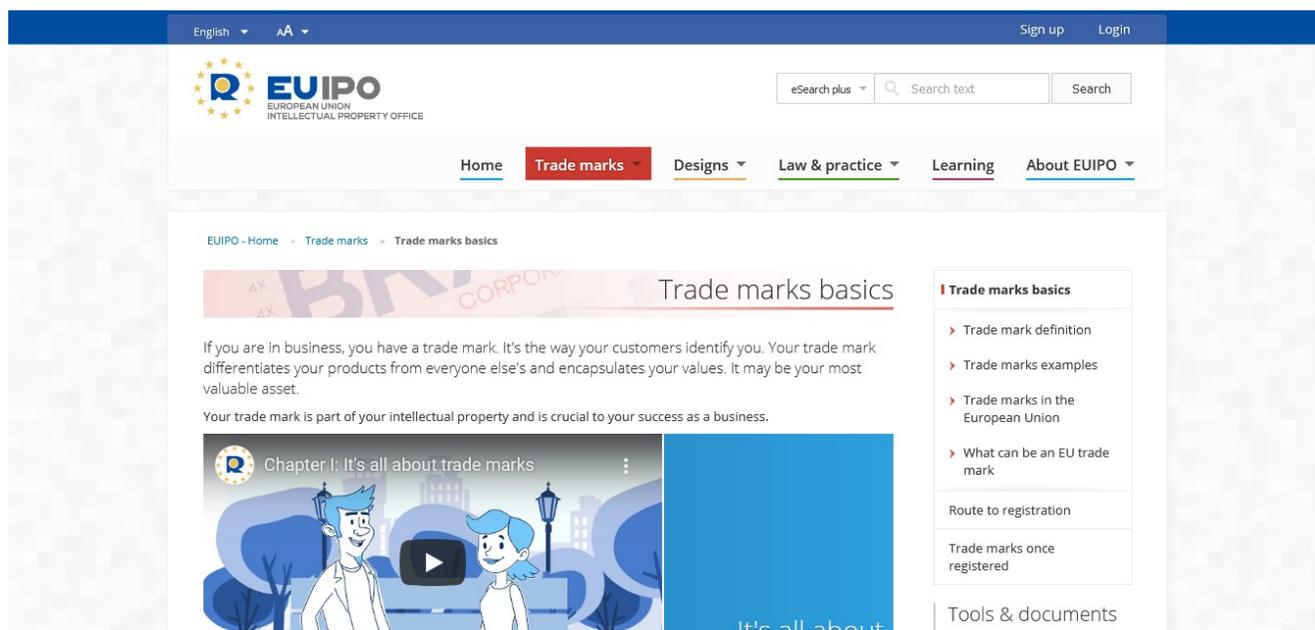


Imagem 4: Recursos do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia sobre marcas
Fonte: EUIPO <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-basics>
<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-examples>

1.2.3 Casos de estudo

No plano de aulas que acompanha este módulo, o principal caso em que os alunos trabalham é primeiro pesquisar na web para encontrar empresas ou produtos relacionados com o campo da robótica e as suas aplicações. Depois, concentram-se em uma ou duas delas e a partir dos seus websites selecionam tantos tipos de marcas registadas quantos encontrarem para as apresentarem posteriormente. Numa segunda fase, imaginam que querem criar uma nova empresa especializada em oferecer serviços e produtos na área da robótica e têm de fazer alguns tipos de marcas registadas, por exemplo, nome de marca, logótipo e slogan. Têm de ser criativos e inovadores e também respeitar os direitos das marcas comerciais existentes que estão registadas.

Um estudo de caso de seguimento é proposto da seguinte forma: os alunos divididos em equipas criam primeiro pelo menos dois tipos de marcas registadas para a sua nova empresa ou produto. Eles decidem qual a marca a registar ou não. Em seguida, trocam com outras equipas algumas ou todas as marcas que criaram. Depois, cada equipa apresenta as marcas que tem em mãos, alegando que é também o proprietário. Começam um debate, e em torno da sala de aula podem ser iniciadas discussões sobre temas como: Como é que as outras equipas se sentem em relação a isso? É uma violação de PI? Estão todas as marcas registadas? Qual é a vantagem ou o valor de uma marca registada?

1.3 Avaliação de Conhecimentos

A seguinte lista de perguntas pode ser utilizada para verificar a aquisição de conhecimentos por parte dos alunos. As respostas corretas podem ser marcadas a negro.

Questão 1:

As marcas registadas são tipos de PI [Falso] **[Verdadeiro]**

Questão 2:

As marcas registadas são protegidas por um período inicial de 10 anos [Falso] **[Verdadeiro]**

Questão 3:

Uma marca é um bem comercial valioso das empresas **[Verdadeiro]** [Falso]

Questão 4:

Uma marca registada não pode ser vendida ou comprada por uma empresa/criador/proprietário [Verdadeiro] **[Falso]**

Questão 5:

Uma marca não distingue os produtos e serviços de uma empresa dos seus concorrentes
[Verdadeiro] [Falso]

Questão 6:

Uma marca registada não pode expirar após 5 anos se não for utilizada [Verdadeiro] **[Falso]**

Questão 7:

As marcas podem ser marcas registadas, nomes de produtos, logótipos, slogans, até sons.
[Verdadeiro] / [Falso]

Questão 8:

Uma marca registada pode ser livremente utilizada por uma empresa/indivíduo/organização que não o criador/proprietário [Verdadeiro] **[Falso]**

Questão 9:

As marcas comerciais constroem a lealdade dos clientes e o reconhecimento da marca
[Verdadeiro] [Falso]

Questão 10:

Um personagem ou figura visual não pode ser uma marca registada [Verdadeiro] **[Falso]**

1.4 Avaliação de Competências

Um exercício ou trabalho de casa que promove a resolução de problemas e o pensamento crítico relacionado com o conceito de marcas registadas pode ser o seguinte: os alunos fazem uma lista de palavras ou frases que eles podem pensar como marcas registadas. Depois acedem ao portal de pesquisa online do Gabinete da Propriedade Intelectual da União Europeia, que dá acesso à sua base de dados de marcas comerciais e designs registados (<https://euipo.europa.eu/eSearch/>). A sua tarefa é pesquisar se existem marcas comerciais semelhantes e verificar o seu estado de registo. Eles podem fazer o mesmo usando como termo de pesquisa as suas marcas favoritas de desporto, roupas, alimentos, jogos, etc. Quais são as suas conclusões?

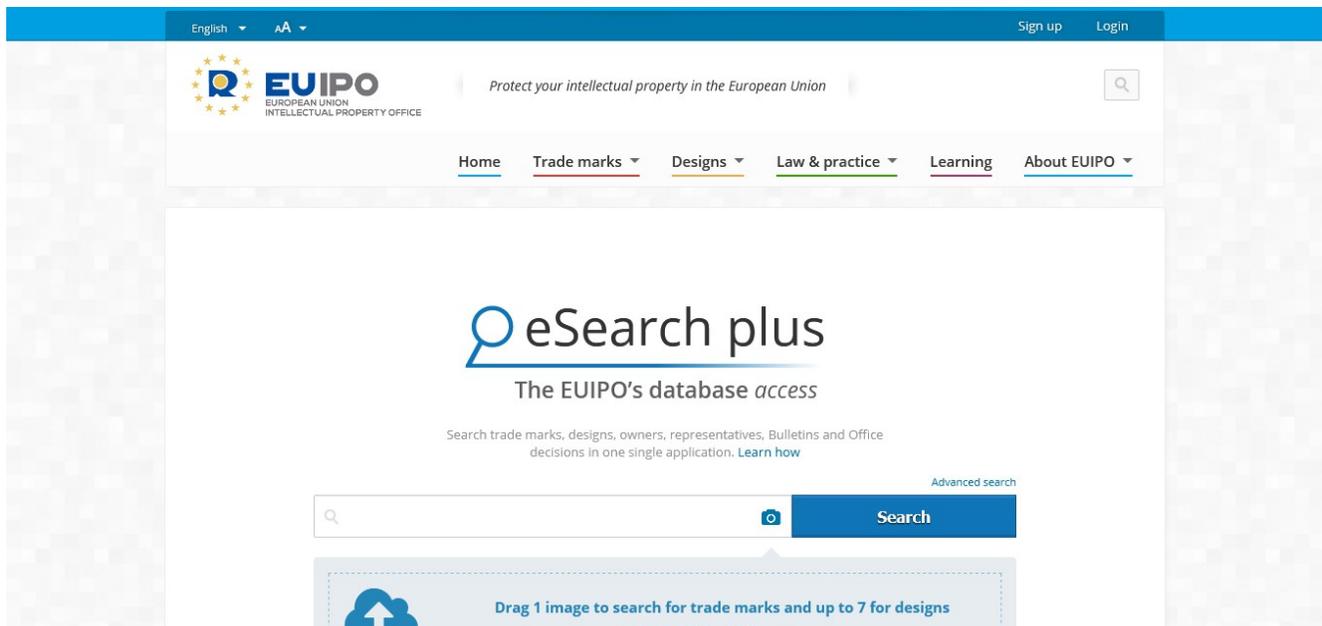


Imagem 5: portal de pesquisa online do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, que dá acesso à sua base de dados de marcas comerciais e designs registados
Fonte: EUIPO (<https://euipo.europa.eu/eSearch/>)

1.5 Referências ou recursos adicionais

World Intellectual Property Organization
(WIPO) <https://www.wipo.int/about-ip/en/>
<https://www.wipo.int/trademarks/en/>

European Union Intellectual Property Office (EUIPO)
<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en>
<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-basics>
<https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-examples> <https://euipo.europa.eu/eSearch/>

Greek Copyright School Project of the Hellenic Copyright Organization
(HCO)