

COPYRIGHT VS COPYWRONG

A globalização tem notórias vantagens e desvantagens, e entre estas últimas existe a falta de ética e muita ambição desmedida, seja injénua seja oportunista. Breves semanas após a revelação do iPhone, pudémos observar o quão longe pode ir o ensejo de copiar fórmulas de outros. Uns podem chamá-los clones, outros deverão chamá-los nestas circunstâncias plágios, numa subversão grosseira das regras de mercado. A Meizu, enorme empresa chinesa no fabrico de leitores MP3 e afins divulgou o seu MiniOne. Cara chapada mas assente sobre um qualquer Windows OS, é inacreditável a semelhança. Não, semelhante talvez apenas o hardware, agora o interface gráfico é quase igual.

O que me leva a perguntar: até onde estão protegidos os direitos de autor e as leis que defendem marcas e seus produtos? Resposta: na fronteira da China. A imensidão daquele território cujo mercado é individualmente maior e específico que qualquer outro neste mundo pode entrar como argumento defensivo, mas e então as normas internacionais de propriedade industrial? Ao aderir à OMC recentemente, não estaria a China obrigada a respeitar todas as leis do mercado? As marcas podem sofrer graves prejuízos seja na não-venda dos seus produtos no mercado chinês, seja no bom nome que ostentam.

Pelos vistos a facilidade de cópia e produção no Oriente continua em força. E cada vez maior. Podemos até dizer que a China é outro campeonato, mas é o maior desafio económico e comercial deste século XXI. À baixa qualidade dos seus produtos e métodos de trabalho deficiente e desrespeitador, segue-se a inovação e as marcas, indo até ao nascimento de marcas de luxo dignas de concorrer com as do Ocidente. Há poucas semanas no Courier International afirmava-se que Londres é a capital mundial deste início de século, mas lá para 2050 em diante será Beijing a nova e pujante "capital" do planeta. O crescimento e evolução é tão grande, a tentacular expansão sobre África é tão dominadora que coloca a China num papel cada vez mais imperial e global.

No entanto, o que agora vemos aqui é claramente um plágio, que parece estar a reproduzir-se: sabe-se de um outro aparelho em tudo igual ao conceito iPhone. Aqui a "audácia" vai mais longe: tem o mesmo nome e logotipo da Apple mas com a folha invertida! Mas neste caso a falsificação resume-se à aparência, não possui nem metade das funcionalidades do verdadeiro iPhone.

06.06.2007 / VICTOR BARREIRAS / DESIGNER+ILUSTRADOR