

29-01-2013

Brasil “rouba” calçada portuguesa

Ideia está patenteada mas agências brasileiras copiaram o conceito.

Rebeca Venâncio

rebeca.venancio@economico.pt

Segue já hoje para o Brasil uma queixa da Partners contra a Prefeitura do Rio Janeiro e as duas agências que terão copiado o conceito “QR Code em calçada portuguesa”, criado para o Turismo de Portugal. A informação foi confirmada ao Diário Económico por Lourenço Thomaz, sócio da agência. Em causa está a utilização da ideia original da agência criativa portuguesa que foi aplicada em Lisboa e em Barcelona, em 2012.

Depois do sucesso da campanha - que foi premiada com Prata no Festival Eurobest -, a agência apresentou o conceito no Brasil, no âmbito de um plano de expansão desta iniciativa a outros mercados de língua portuguesa, como Macau. A criatividade foi bem recebida pelos responsáveis da Prefeitura do Rio de Janeiro, que revelaram interesse no projecto e que pediram inclusivamente que lhes fosse enviada a proposta. Agora, as agências Máquina PR e Zóio aplicaram o conceito.

Para o escritório de advogados da agência que trabalha, em Portugal, marcas como a PT, o caso deverá ser de fácil resolução. Já Manuel Lopes Rocha, sócio da PLMI, admite que este caso pode ser complicado.

“O direito de autor só protege expressões e não ideias e, neste caso, é difícil separar as duas coisas”, argumenta. Para o jurista, a Partners só obterá uma decisão favorável por parte da justiça se, mais do que a ideia - utilizar a calçada portuguesa -, o juiz considerar que se trata de um elemento decorativo do urbanismo, esse sim protegido pelo Código do Direito de Autor. ■ C.M.



QR CODE EM CALÇADA

Conceito original da Partners foi criado para o Turismo de Portugal.