

# Lei Geral da Copa no Âmbito da PI

**DANNEMANN  
SIEMSEN**  

---

**ADVOGADOS**

Peter Eduardo Siemsen

27/08/2012

## País Escolhido para Sedar a Copa do Mundo

- “Hosting and Bidding Agreement”: trata das garantias e contrapartidas oferecidas pelo país;
- Promulgação da “Lei Geral da Copa”;
- Parte que confere proteção especial de P. Intelectual

# A importância da Lei Geral da Copa

- Viabilizar a realização do maior evento esportivo mundial;
- Garantir que a previsão de acrescentar 142 bilhões de reais seja realizada;
- Dar segurança jurídica à realização da Copa do Mundo de 2014.

# Já Existem Diversos Outros Exemplos

- Australia 2000 (Jogos Olímpicos de Sydney)
- Nova Zelândia 2011 (Copa do Mundo de Rugby)
  - Criou o Major Events Management Act of 2007
- Inglaterra 2012 (Jogos Olímpicos de Londres)
- Brasil 2016 (Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro)

# Grandes Eventos e PI

- Força motriz por trás da valorização e expansão dos grandes eventos esportivos;
- Viabilizou o crescimento da Copa do Mundo, até que esta se transformasse no evento mais assistido do mundo;
- Ponto fundamental: proteção especial sobre direitos de captação e transmissão e sobre a exclusividade do patrocínio.

# Legislação Vigente

- Legislação Brasileira de PI: completa e eficaz para o tratamento da matéria no dia a dia, todavia, um evento do porte de uma Copa do Mundo necessita de um tratamento especial, entre os quais, podemos destacar:
  - marcas, marketing de emboscada, velocidade na obtenção de tutelas, decisões punitivas, especificação de práticas ilícitas próprias dos grandes eventos, etc.

# Tratamento Especial Para Marcas e Símbolos

- Marcas: tempo de demora dos atos praticados pelo INPI nos processos administrativos:
  - Alto Renome
  - Marca notoriamente conhecida
  - Impugnação e recursos
  - Exame
  
- Obs.: Tempo definido para acabar – 31/12/2014

# Marketing de Emboscada

- Definiu os dois tipos de crime:
  - Marketing de Emboscada por Associação:

Art. 18 – Divulgar marcas, produtos ou serviços, com o fim de alçar vantagem econômica ou publicitária, por meio de associação direta ou indireta com os eventos ou Símbolos Oficiais, induzindo terceiros a acreditar que tais marcas, produtos ou serviços são aprovados, autorizados ou endossados pela FIFA.
  - Marketing de Emboscada por Intrusão:

Art. 19 – Expor marcas, negócios, estabelecimentos, produtos, serviços, ou praticas atividade promocional não autorizada pela FIFA, atraindo, de qualquer forma a atenção pública nos LOCs, com o fim de obter vantagem econômica ou publicitária.

# Práticas Ilícitas relacionadas à PI Típicas dos Grandes Eventos

- Dificuldade de Combate Rápido e Eficaz
  
- Pontos Principais:
  - Publicidade (em especial promocionais);
  - Exibição pública de partidas associadas a lucro e exposição de marcas;
  - Combate à prática dos “cambistas”;
  - Uso promocional dos ingressos por 3os.

# Locais Oficiais dos Eventos (LOCs)

- Áreas de restrição comercial e vias de acesso:
  - Exclusividade dos patrocinadores;
  - Respeito ao comércio pré-existente;
  - Decorre da concentração de pessoas e exposição de mídia no local.

# Captação e Transmissão de Imagens

- Jogos e Eventos;
- Define as regras de uso com fins jornalísticos;
- Exclui a aplicação do Direito de Arena (Lei Pelé)

## Conclusão

- A despeito de algumas questões complexas, a Lei Geral da Copa é uma ferramenta fundamental de segurança jurídica para garantia dos patrocinadores, organizadores e do nosso próprio país, que fica reconhecido como um porto seguro para realização de grande eventos internacionais.