

Dispõe sobre a utilização de espaços publicitários, denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos relativos à Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol (FIFA) 2014 e à Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013, assim como a organizadores, mantenedores dos direitos da FIFA, seleções e atletas participantes.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei regula a utilização de espaços publicitários, em todas as suas formas, durante a realização da Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol (FIFA) Brasil 2014 e da Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013, para proteger e controlar a utilização de denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos associados aos eventos, aos organizadores, aos mantenedores dos direitos da FIFA, a seleções e atletas participantes, assim como prevenir a exploração comercial não autorizada dos mesmos.

Art. 2º Consideram-se, para os efeitos desta Lei:

a) Copa do Mundo: a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, desde o início de disputa das eliminatórias continentais até a partida final;

b) Copa das Confederações: a Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013;

c) mantenedores de direitos da FIFA: entidades às quais a FIFA concede direitos relacionados à Copa do Mundo, dividindo-se em parceiros, patrocinadores, apoiadores nacionais, licenciados e parceiros de veiculação;

d) parceiros da FIFA: entidades às quais a FIFA concede os direitos de anúncio, promoção e *marketing* relacionados à FIFA, a todas as atividades da FIFA e a todas as competições da FIFA, incluindo a Copa do Mundo e a Copa das Confederações, para todo o mundo;

e) patrocinadores da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014: entidades às quais a FIFA concede os direitos de anúncio, promoção e *marketing* relacionados exclusivamente à Copa do Mundo e à Copa das Confederações, para todo o mundo;

f) apoiadores nacionais: entidades às quais a FIFA concede os direitos de anúncio, promoção e *marketing* relacionados exclusivamente à Copa do Mundo e à Copa das Confederações, para o território brasileiro;

g) licenciados: entidades às quais a FIFA concede o direito de uso das marcas oficiais em bens e serviços, de forma direta ou por meio de grupo de empresas global;

h) parceiros de veiculação: entidades às quais a FIFA concede o direito de veiculação ou transmissão de qualquer partida da Copa do Mundo e da Copa das Confederações;

i) organizadores: entidades às quais a FIFA concede o direito de organização da Copa do Mundo e da Copa das Confederações, entre as quais, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e o Comitê Organizador Local (COL);

j) marcas oficiais: denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos associados à Copa do Mundo e da Copa das Confederações determinados como oficiais pela FIFA;

k) seleções: equipes de futebol inscritas pelas entidades associadas à FIFA para participarem da Copa do Mundo ou equipes de futebol que conquistaram o direito, segundo as regras determinadas pela FIFA, de participar da Copa das Confederações;

l) atletas: jogadores de futebol inscritos em seleções que participarem da Copa do Mundo ou da Copa das Confederações.

Art. 3º A FIFA é a proprietária exclusiva dos direitos relacionados à Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 e à Copa das

Confederações da FIFA Brasil 2013, incluídos todos os direitos de mídia, *marketing*, licenciamento e ingressos.

§ 1º Desde a promulgação desta Lei até trinta dias após o término da Copa do Mundo, é privativo da FIFA, dos mantenedores dos direitos da FIFA e dos organizadores o uso das marcas oficiais, incluindo as seguintes denominações: “Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014”, “Copa do Mundo da FIFA 2014”, “Copa do Mundo da FIFA”, “Copa do Mundo de Futebol”, “Copa do Mundo”, “Copa do Mundo de 2014”, “Copa do Mundo do Brasil”, “Copa de 2014”, “Copa 2014”, “Copa”, “Brasil 2014”, “BRA 2014”, “BR 2014”, “Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013”, “Copa das Confederações da FIFA 2013”, “Copa das Confederações da FIFA”, “Copa das Confederações de Futebol”, “Copa das Confederações”, “Copa das Confederações de 2013”, “Copa das Confederações do Brasil”, “Copa de 2013”, “Copa 2013”, “Copa”, “Brasil 2013”, “BRA 2013”, “BR 2013”, bem como combinações ou derivações similares das denominações anteriores.

Art. 4º As denominações, bandeiras, emblemas, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos dos organizadores e das seleções da Copa do Mundo ou da Copa das Confederações, bem como o nome ou apelido esportivo dos atletas, são de propriedade exclusiva dos mesmos, contando com proteção legal, válida para todo o território nacional, por tempo indeterminado, sem necessidade de registro ou averbação em órgão competente.

Art. 5º São de uso privativo da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e de seus patrocinadores durante a Copa do Mundo e a Copa das Confederações até trinta dias após o término do evento, além de seu emblema, lema, hino, marcas, logotipos e símbolos, as denominações “Seleção Brasileira de Futebol”, “Seleção Brasileira”, “Seleção”, “Seleção Canarinho”, “Equipe Brasileira de Futebol”, “Equipe Brasileira”, “Equipe Canarinho”.

Art. 6º É proibido a toda e qualquer pessoa física ou jurídica associar bens, serviços e marcas a denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos protegidos por esta Lei.

§ 1º A associação será caracterizada pela utilização de denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos protegidos por esta Lei, incluídos os casos de uso não intencional, mesmo

quando forem acrescentadas as expressões “não autorizado” ou “não oficial”, assim como similares.

§ 2º Não se caracteriza como associação o uso de denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos relativos à Copa do Mundo, à Copa das Confederações ou a entidade organizadora ou participante do evento ou a atleta participante do evento:

- a) sem fins lucrativos, por pessoa física;
- b) para fins exclusivos de informação, de crítica ou de opinião por quaisquer veículos de comunicação, inclusive Internet, sem vinculação a pessoa física ou jurídica não autorizada;
- c) quando registrado anteriormente à publicação desta Lei e não utilizado de forma a se associar ao evento.

Art. 7º O Governo Municipal das cidades-sede das partidas da Copa do Mundo e da Copa das Confederações, em conjunto com o Comitê Organizador da FIFA, o Comitê Organizador Local, o Ministério do Esporte e do Governo Estadual, deverá definir zonas limpas e zonas de transporte limpo durante o período de noventa dias antes do início, até o final das competições.

§ 1º Considera-se zona limpa uma área previamente definida onde são proibidas:

- a) toda forma de comércio de rua ou comércio não autorizado, segundo a legislação local;
- b) toda forma de anúncio, propaganda ou publicidade, *marketing* não autorizada pela FIFA ou pelos organizadores, ou ainda conflitante com o interesse dos mantenedores de direitos da FIFA.

§ 2º Considera-se zona de transporte limpo uma área definida onde é proibida a circulação de veículos portando qualquer forma de anúncio, propaganda ou publicidade não autorizados pela FIFA ou pelos organizadores, ou ainda conflitante com o interesse dos mantenedores de direitos da FIFA.

Art. 8º A utilização irregular ou não autorizada de denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos

protegidos por esta Lei, a configuração de *marketing* em desacordo com o previsto nesta Lei, ou a violação das normas relativas às zonas limpas ou zonas de transporte limpo sujeitam os infratores à aplicação de multa e outras sanções definidas em regulamento.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação,

JUSTIFICAÇÃO

A Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 e seu evento antecessor, a Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013, serão os maiores eventos esportivos que nosso País abrigará nos próximos anos. Isso ocorre não só pela representatividade que o futebol tem na cultura nacional, mas também pela importância dos próprios eventos, que atrairão os olhos de todo o mundo para o Brasil.

Além do mais, não esqueçamos que a nossa seleção é detentora do maior número de títulos em ambas as competições. Somos pentacampeões da Copa do Mundo e tricampeões da Copa das Confederações.

Para que os eventos tenham um real brilho, contudo, é importante que tomemos várias iniciativas como a que agora apresentamos no sentido de proteger a utilização de espaços publicitários, envolvendo denominações, bandeiras, lemas, hinos, marcas, logotipos e símbolos relativos aos eventos, assim como aqueles relativos à Federação Internacional de Futebol (FIFA) e à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), aos organizadores, aos mantenedores dos direitos da FIFA, às seleções e aos atletas participantes.

Nosso intuito é protegê-los, especialmente, do chamado *marketing* de associação, também chamado de *marketing* de emboscada, onde outros os utilizam sem autorização dos organizadores, tentando sugerir às pessoas sua vinculação ao evento.

Nossa tradição na proteção da marcas esportivas, como já é feita pela Lei Pelé (Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998), agora é estendida nesta proposição de forma a proteger de forma plena todos diretamente relacionados à promoção da Copa do Mundo de 2014 e da Copa das Confederações de 2013.

Por fim, ressaltamos que este projeto de lei segue diretamente as recomendações propostas pela FIFA relativas à promoção publicitária e de *marketing* e à execução de eventos esportivos.

Por todo o exposto, acreditamos ter o apoio de nossos Pares para a aprovação desta proposição no período mais breve possível, de maneira a mostrar o comprometimento de toda a nação brasileira com a Copa do Mundo de 2014 e a Copa das Confederações de 2013.

Sala das Sessões,

Senador VALDIR RAUPP