

## PROPRIEDADE INTELECTUAL NO ESPORTE: PROTEÇÃO DE MARCAS E PATENTES DESPORTIVAS

### *INTELLECTUAL PROPERTY IN SPORT: PROTECTION OF SPORTS TRADEMARKS AND PATENTS*

#### **MÁRIO LUIZ RAMIDOFF**

Desembargador no Tribunal de Justiça do Estado do Paraná; Mestre (PPGD-UFSC) e Doutor em Direito (PPGD-UFPR); 2º Vice-Presidente da Escola Nacional da Magistratura/Associação dos Magistrados Brasileiros (ENM/AMB); [marioramidoff@gmail.com](mailto:marioramidoff@gmail.com)

#### **GUILHERME MUNHOZ BÜRCEL RAMIDOFF**

Advogado (OAB/PR); Mestrando no Curso de Pós-graduação em Direito do Centro Universitário Curitiba (PPGD-UNICURITIBA); Membro da Comissão de Direito Desportivo da OAB/PR; Procurador perante o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD); Procurador perante o Tribunal de Justiça Desportiva Futebol de Salão do Estado do Paraná; e Auditor na 3ª Comissão do Tribunal de Justiça Desportiva Futebol de Campo do Estado do Paraná; [guilhermeramidoff@gmail.com](mailto:guilhermeramidoff@gmail.com)

#### **MARIANA VITORINO DE MIRANDA**

Advogada (OAB/PR). Mestranda no Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito Empresarial e Cidadania do Centro Universitário Curitiba (PPGD-UNICURITIBA). Integrante do Latin American Climate Lawyers Initiative for Mobilizing Action; [mariana@miranda.adv.com.br](mailto:mariana@miranda.adv.com.br)

#### **RESUMO:**

Esse texto é resultante dos estudos e das pesquisas realizadas acerca da propriedade intelectual, suas marcas e patentes no meio esportivo. Ainda, analisa-se a forma de proteção dessa propriedade intelectual. Ademais, realiza-se um estudo acerca da nova lei geral do esporte (Lei n. 14.597/2023). E por fim, entender a forma como vem sendo combatido os crimes de propriedade intelectual, analisando alguns casos brasileiros e estrangeiros de marcas de alto renome. A metodologia utilizada não só para os estudos e pesquisas, mas, também, para a elaboração desta comunicação teórico-pragmática se pautou pela perspectiva crítico-reflexiva, com apoio e interação entre a racionalidade jurídico-legal e as importantes contribuições multidisciplinares oferecidas pelos outros conhecimentos/saberes humanos, aqui, foram analisados, respectivamente, conforme os parâmetros contemporâneos de cada um de seus “estados da arte”. Isto é, o estado em que se encontra circunstancial e momentaneamente o objeto de estudo (propriedade intelectual no esporte) no conhecimento jurídico, social, desportivo, econômico e empresarial.



**Palavras-chave:** propriedade intelectual; lei geral do esporte; atividade econômica; pirataria; direito de marca; futebol; símbolos.

## **ABSTRACT:**

This text is the result of studies and research carried out about intellectual property, its brands and patents in the sports environment. Furthermore, the form of protection of this intellectual property is analyzed. In addition, a study is carried out on the new general law of sport (Law n. 14.597/2023). And finally, understand how intellectual property crimes have been fought, analyzing some Brazilian and foreign cases of highly renowned brands. The methodology used not only for studies and research, but also for the elaboration of this theoretical-pragmatic communication was based on the critical-reflexive perspective, with support and interaction between legal-legal rationality and the important multidisciplinary contributions offered by other human knowledge/knowledge, here, were analyzed, respectively, according to the contemporary parameters of each of their "art states". That is, the state in which the object of study (intellectual property in sports) is circumstantial and momentarily in legal, social, sports, economic and business knowledge.

**Keywords:** intellectual property; general law of sport; economic activity; piracy; trademark right; soccer; symbols.

## **1 INTRODUÇÃO**

Atualmente, a propriedade intelectual pode ser observada em todos os segmentos da sociedade, de modo que, não é incomum que esta área do direito tenha intersecções com outras atividades do dia a dia. O esporte não foge a essa regra, enfrentam-se diversas questões de alta relevância no interm da propriedade intelectual no mundo esportivo.

A relação entre a propriedade intelectual e o esporte tem se intensificado de maneira exponencial nos últimos anos, e muito se deve à alta exploração econômica do que antes era visto somente como entretenimento e passou a ser visto como um mercado a ser explorado. Cabe o esclarecimento de o porquê da boa oportunidade de investimento no esporte como meio de divulgação e marketing para as marcas.

O Super Bowl, grande final da liga americana de futebol americano, aconteceu no dia 13 de fevereiro de 2022 em Los Angeles mediante um estádio lotado com mais de 70.048 pessoas pagantes, além dos isentos, bem como contou com a audiência média de 112,3 milhões de telespectadores. A alta audiência, impulsionada por shows no intervalo da partida, transforma-se em um excelente palco de divulgação de marcas.



Entretanto, as organizações esportivas já perceberam sua relevância e seu atual valor de mercado gerado por sua alta demanda. No referido evento – Super Bowl – para que uma empresa pudesse realizar um anúncio publicitário de 30 (trinta) segundos televisivos, essa teria de desembolsar a quantia de 32 (trinta e dois) milhões de reais, aproximadamente 1 (um) milhão por minuto de propaganda.

O valor, embora expressivo, se justifica pelo grande apelo que um evento esportivo de tamanha magnitude provoca no público, e obviamente, o alcance do esporte atualmente é mundial. Recentemente, a Federação Internacional de Futebol (FIFA) divulgou que acompanharam a final da Copa do Mundo de 2022 cerca de 1,5 (um virgula cinco) bilhão de pessoas ao redor do planeta. O que torna o meio ideal para a exposição de uma marca.

Porém, quanto melhor a exposição, maior a concorrência pelo espaço e com isso maior o valor necessário para garantir essa “fatia” televisiva. Sendo assim, entendendo o mercado e as necessidades do esporte, as organizações esportivas e os especialistas das diversificadas áreas desportivas buscam a inovação e o desenvolvimento tecnológico de equipamentos e artigos esportivos, câmeras, estudos, treinamentos e infraestrutura com o objetivo de se aprimorar o esporte, aumentando sua segurança, melhorando sua prática, a performance dos atletas e a qualidade das competições.

Assim, o dinheiro que é reinvestido advém do próprio ramo desportivo em grande parte resultado da propriedade intelectual, a qual é gerada por imagens, equipamentos e marcas. O esporte não fica mais limitado à prática, mas se observa o uniforme, a bola, o equipamento utilizado pela equipe de arbitragem, a chuteira, o taco, a luva. Todos esses objetos auxiliares à prática desportiva são em essência propriedade intelectual. Ainda, destaca-se os direitos de imagem e os de transmissão, os quais também são propriedade intelectual.

Ainda, todos os mecanismos, equipamentos e acessórios utilizados nas diferentes modalidades esportivas são patentes, ou seja, integram a propriedade intelectual. Por fim, podem ser citados ainda o talvez principal produto esportivo, o qual seria a sua marca, cores, uniformes e logomarcas, a real marca registrada dos clubes, sob os quais o titular do direito de uso exclusivo é a própria entidade e quem ela permita mediante compensação financeira.

Porém, como todas as propriedades intelectuais, as esportivas também sofrem com crimes de falsificação, cópia e pirataria. No futebol segundo levantamento



realizado pelo IPEC (Inteligência em Pesquisa e Consultoria) encomendado pela ÁPICE (Associação pela Indústria e Comércio Esportivo), o impacto da pirataria no faturamento dos clubes chegou à casa dos 9 (nove) bilhões de reais.

A recente aprovada Lei n. 14.597 de 14 de junho de 2023 (Lei Geral do Esporte)<sup>1</sup> vem com uma nova ótica em relação aos crimes contra a propriedade intelectual, em especial, no que tange àqueles praticados contra as chamadas Organizações Esportivas.

Um grande passo em busca do combate a pirataria, falsificação e cópia no meio esportivo, que agora possui além das regulamentações gerais de proteção da propriedade intelectual, regulamento específico para a modalidade esportiva.

## 2 PROPRIEDADE INTELECTUAL

<sup>1</sup> BRASIL. **Lei n. 14.597, de 14 de junho de 2023.** Lei Geral do Esporte.

### **Utilização indevida de símbolos oficiais**

Art. 168. Reproduzir, imitar, falsificar ou modificar indevidamente quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 169. Importar, exportar, vender, distribuir, oferecer ou expor à venda, ocultar ou manter em estoque quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva ou produtos resultantes de sua reprodução, imitação, falsificação ou modificação não autorizadas para fins comerciais ou de publicidade:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

### **Marketing de Emboscada por Associação**

Art. 170. Divulgar marcas, produtos ou serviços, com o fim de alcançar vantagem econômica ou publicitária, por meio de associação com sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva, sem sua autorização ou de pessoa por ela indicada, induzindo terceiros a acreditar que tais marcas, produtos ou serviços são aprovados, autorizados ou endossados pela organização esportiva titular dos direitos violados:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Parágrafo único. Na mesma pena incorre quem, sem autorização da organização esportiva promotora de evento esportivo ou de pessoa por ela indicada, vincular o uso de ingressos, de convites ou de qualquer espécie de autorização de acesso aos eventos esportivos a ações de publicidade ou a atividades comerciais, com o intuito de obter vantagem econômica.

### **Marketing de Emboscada por Intrusão**

Art. 171. Expor marcas, negócios, estabelecimentos, produtos ou serviços ou praticar atividade promocional, não autorizados pela organização esportiva proprietária ou por pessoa por ela indicada, atraindo de qualquer forma a atenção pública nos locais da ocorrência de eventos esportivos, com o fim de obter vantagem econômica ou publicitária:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 172. Nos crimes previstos nesta Seção, somente se procede mediante representação da organização esportiva titular dos direitos violados, com exceção do crime previsto no art. 169 desta Lei, em que a ação é pública incondicionada.



Insta destacar o que é entendido como propriedade intelectual. O *World Intellectual Property Organization* (WIPO) dispõe que a propriedade intelectual se refere às criações da mente; isto é, tudo, desde obras de arte até invenções, passando por programas de computador, marcas e outros sinais comerciais.

A propriedade intelectual está presente em todas as atividades empresariais e econômicas da sociedade moderna. Deste modo, devido a sua ampla variedade, é acompanhada e regulada por diferentes legislações nacionais em diferentes países e regiões do mundo, além de se ter uma lei internacional. Vale dizer, que dada a importância da proteção da propriedade intelectual, foi criada a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, uma agência especializada das Nações Unidas que se dedica a fazer com que a propriedade intelectual funcione e seja protegida para o pleno desenvolvimento da inovação e da criatividade.

Os direitos de propriedade intelectual são de suma importância no modelo capitalista atual que movimenta a economia mundial atual. O incentivo à inovação e criação não pode existir sem que se tenha a garantia de que o retorno do tempo e dinheiro investido será conferido a aqueles que tenham de fato contribuído para seu fazimento. Conferir ao inventor o direito de proteção de sua propriedade intelectual.

Assim, os direitos de propriedade intelectual podem ser entendidos no mesmo sentido dos demais direitos patrimoniais. De modo que, os titulares da propriedade intelectual podem usufruir dos benefícios resultantes de seu trabalho ou investimento. Ainda, podem ser divididos em propriedades industriais – aquelas patentes para invenções, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas – e no direito de autor e direitos conexos – aqueles como obras literárias, artísticas e científicas, inclusive interpretações ou execuções, além das radiodifusões.

## 2.1 PATENTE

A patente “pioneira” nos sistemas jurídicos modernos, é, talvez, a forma de propriedade intelectual mais presente no dia a dia, sendo encontrada da iluminação elétrica até o *smartphone*. Pode ser entendida a patente pela obtenção de direitos exclusivos sobre a invenção, de modo que fica impedido de fabricar, usar, ou vender a invenção, toda e qualquer pessoa não autorizada pelo titular da patente. A patente tem prazo de validade limitado, e embora varie, normalmente é de 20 (vinte) anos.



Entretanto, para que possa se valer da patente, o titular dela tem de divulgar os detalhes completos da invenção nos documentos de patente publicado. No momento em que se encerra o prazo de proteção, a invenção fica sem qualquer proteção podendo ser fábrica cada vendida ou utilizada por quem tiveram interesse.

O mecanismo das patentes visa benefício a todos, de modo que enquanto perdurar a proteção o titular poderá maximizar seus lucros, de modo que recompensa seus esforços e incentiva que o continue inovando e criando. Por outro lado, a divulgação completa da invenção faz com que em todo o conjunto social aumente o conhecimento público, permitindo deste modo que outras pessoas se fazendo valer da invenção se inspirem e pesquisem de modo que possam criar suas próprias patentes.

Cabe, portanto, entender o que poderá ser patenteado. Nesse sentido, tem-se que uma invenção poderá ser patenteada quando se tratar de produto ou processo que ofereça uma nova forma de se fazer algo ou uma nova solução técnica para um problema. Entretanto, além da necessidade de ser algo novo e útil, não poderá ser algo óbvio e de simples dedução.

## 2.2 DESENHO INDUSTRIAL

Noutro vértice, temos os desenhos industriais, outra forma de propriedade intelectual. Os desenhos industriais se referem ao aspecto ornamental ou estético de um objeto. São utilizados principalmente com a finalidade de proteção do design visual dos produtos industriais e artesanais, tornando os visualmente distintos e exclusivos.

Os desenhos industriais se concentram principalmente na estética e na aparência visual do produto, não se preocupando com a funcionalidade. O que se protege aqui são as características visuais que tornam este produto exclusivo como suas formas, linhas, cores e padrões.

Uma característica dos desenhos industriais são a sua ampla aplicação, podendo ser aplicada a uma variedade de produtos desde produtos eletrônicos, móveis e utensílios domésticos até embalagens e gráficos. Todo e qualquer produto que possua um aspecto visual distintivo é elegível para proteção nos moldes de desenho industrial.

Outro ponto importante se dá quanto a duração da proteção para desenhos industriais. Novamente, destaca-se que o tempo de proteção pode variar de país para



país, entretanto geralmente o prazo fica de 10 a 25 anos da data do depósito ou registro. Passado esse prazo o design torna-se disponível para uso de qualquer pessoa interessada.

O desenho industrial se diferencia das patentes na medida em que as patentes visam a proteção das invenções e inovações técnicas, enquanto os desenhos industriais concentram-se na estética e no design. Deste modo, quando um produto tiver tanto características estéticas distintivas quanto inovações técnicas, este produto será elegível para ambas as proteções, desde que os critérios de cada tipo de proteção estejam sendo atendidos.

A importância do desenho industrial vai muito além do mero viés visual, pois desempenha um papel fundamental nas estratégias de marketing e comercialização deste produto. As distinções características dos produtos são o que o tornam mais atraentes e exclusivos aos consumidores. A criação de uma identidade visual distintiva em um mercado como o da moda é o que pode tornar um produto mais caro e mais competitivo.

## 2.3 MARCA

As marcas por sua vez podem ser entendidas como sinais distintivos utilizados para identificação e diferenciação de produtos ou serviços de uma empresa ou organização de outros produtos ou serviços semelhantes no mercado.

As marcas são elementos visuais, sonoros, gráficos, ou, ainda, olfativos, que ajudam os consumidores a associarem um produto ou um serviço a uma empresa específica. As marcas, portanto, possuem papel fundamental no comércio e na proteção dos direitos de propriedade intelectual.

Neste íterim, as marcas têm a função de identificar qual a origem do produto ou serviço ao consumidor. Ao se observar um logotipo o consumidor imediatamente associa o produto a uma empresa específica. Como falado anteriormente as marcas podem assumir várias formas, como palavras, nomes, logotipos, slogans, sons, cores, e até mesmo o design da embalagem do produto. Podendo ser registradas como marcas nominativas, marcas figurativas, marcas mistas, além de outras formas previstas na lei.

A empresa que pretenda a proteção de sua marca precisará registrá-la junto à um órgão de propriedade intelectual do país ou mesmo de região em que se deseja



ter a proteção. Tal registro dará ao titular o direito exclusivo de usar a marca em relação aos produtos ou serviços pelos quais fez o registro.

Diferentemente dos demais formas de proteção da propriedade intelectual as marcas possuem a proteção renovável indefinidamente, com quanto o titular da marca continue se utilizando da mesma e cumpra com as obrigações legais, tais quais os pagamentos das taxas de renovação.

As marcas, além de seu papel identificador e diferenciador, também desempenha uma função crucial no marketing e branding das empresas. A marca forte aumenta o valor do produto, atrai mais clientes e os fideliza.

Ademais, qualquer uso não autorizado ou violação de uma marca por terceiros permite o titular da marca registrada tomar medidas legais contra tais atos, inclusive podendo processar o infrator pela violação da marca requerendo indenização pelos danos sofridos.

### 3 PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Ademais, como falado anteriormente, a propriedade industrial é mecanismo de suma importância para a economia e à empresa. É na propriedade intelectual que se protege legalmente novos projetos, ideias, criações e inovações voltadas às atividades industriais. Nela, garante-se a exclusividade sobre o uso, a difusão e a exploração sobre as invenções e inovações, resguardando ao detentor desse direito o poder de reaver, inibir e reprimir cópias indevidas e a concorrência desleal.

A Lei n. 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial)<sup>2</sup> é o regramento brasileiro que versa especificamente acerca da propriedade industrial. É nessa lei que fica disposto

---

<sup>2</sup> BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Lei da Propriedade Industrial

Art. 1º Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;

II - concessão de registro de desenho industrial;

III - concessão de registro de marca;

IV - repressão às falsas indicações geográficas; e

V - repressão à concorrência desleal.

VI - concessão de registro para jogos eletrônicos.

Art. 3º Aplica-se também o disposto nesta Lei:

I - ao pedido de patente ou de registro proveniente do exterior e depositado no País por quem tenha proteção assegurada por tratado ou convenção em vigor no Brasil; e



os direitos, as obrigações e as penalidades relativas à propriedade industrial. De acordo com a Lei da Propriedade Industrial ficam estabelecidos os regramentos acerca dos requisitos e obrigações legais para obtenção e registro das patentes, das marcas, dos desenhos industriais, modelos de utilidade, nome comercial, além das indicações de proveniência ou denominação de origem.

Ainda, observa-se que a Lei da Propriedade Industrial – além é certo da nova Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) que será tratada no tópico seguinte – dispõe acerca da repressão às falsas indicações geográficas, à concorrência desleal e à falsificação de marcas.

Vale destacar que a Lei de Propriedade Industrial brasileira se aplica tanto aos brasileiros, pessoas domiciliadas e residentes no país quanto a estrangeiros que depositem suas marcas e patentes no Brasil, conquanto seja respeitada a reciprocidade dos direitos a brasileiros nas legislações dos países a que esse estrangeiro pertença.

A proteção dos direitos da propriedade industrial é feita através do mecanismo de concessões de patentes de invenção e de modelo de utilidade, registro de marcas e de desenhos industriais.

Outro ponto importante a ser mencionado é a diferença entre propriedade industrial e propriedade intelectual. A propriedade intelectual é basicamente conceitualmente a garantidora de direitos ao resultado advindo da capacidade criativa do ser humano. É com base nela que se previne a apropriação indevida de conceitos, e com base nela que se provem recompensas aos seus verdadeiros inventores.

A propriedade industrial é, na verdade, “espécie” do “gênero” propriedade intelectual. Contudo, a propriedade industrial apenas regula as relações relativas às invenções de natureza utilitária e de uso comercial.

Por outro lado, as chamadas criações intangíveis – como obras artísticas, literárias, científicas, descobertas científicas e gravações sonoras –, que também são abrangidas pela propriedade intelectual, têm seus direitos garantidos pela Lei n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais)<sup>3</sup>.

---

II - aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade de direitos iguais ou equivalentes.

Art. 4º As disposições dos tratados em vigor no Brasil são aplicáveis, em igualdade de condições, às pessoas físicas e jurídicas nacionais ou domiciliadas no País.

Art. 5º Consideram-se bens móveis, para os efeitos legais, os direitos de propriedade industrial.

<sup>3</sup> BRASIL. **Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Lei de Direitos Autorais



Noutro vértice, para real entendimento da proteção da propriedade intelectual, é necessária a análise das atribuições legalmente reconhecidas ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) – uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Economia – é o órgão responsável pela administração e concessão de direitos de propriedade intelectual no Brasil. A finalidade institucional é a de proteção e incentivo à inovação, à criatividade e à competitividade no país. A administração realizada pelo Instituto funciona por meio de concessões e administração de patentes, marcas, desenhos industriais, indicações geográficas e programas de computador.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) desempenha uma função fundamental na promoção da inovação e da competitividade no Brasil, protegendo os direitos dos inventores, inovadores e criadores, ao mesmo tempo que fornece informações e recursos para ajudar empresas e empreendedores a compreenderem e utilizar eficazmente os direitos de propriedade intelectual. A criação, atuação e o fomento do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) contribui decisivamente para o desenvolvimento económico e tecnológico do país, além de estimular a criatividade e a investigação.

O registro de marcas e patentes são efetuados junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como maneira de assegurar os interesses, direitos individuais e as garantias fundamentais normativamente reconhecidas a seus autores. E, além disso, cabe ao Instituto a função de pronunciamentos acerca da conveniência de assinatura, ratificação e denuncia de convenções, tratados, convênios e acordos referentes à matéria da propriedade industrial.

Por fim, destaca-se que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), para além de suas funções de registro, também auxilia na resolução de conflitos de propriedade intelectual e combate a concorrência desleal por meio de análise de

---

Art. 1º Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos.

Art. 2º Os estrangeiros domiciliados no exterior gozarão da proteção assegurada nos acordos, convenções e tratados em vigor no Brasil.

Parágrafo único. Aplica-se o disposto nesta Lei aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade na proteção aos direitos autorais ou equivalentes.

Art. 3º Os direitos autorais reputam-se, para os efeitos legais, bens móveis.

Art. 4º Interpretam-se restritivamente os negócios jurídicos sobre os direitos autorais.



casos e aplicação das leis pertinentes – arts. 101 a 111 da Lei n. 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> BRASIL. **Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Lei de Direitos Autorais

Art. 101. As sanções civis de que trata este Capítulo aplicam-se sem prejuízo das penas cabíveis.

Art. 102. O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.

Art. 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido.

Parágrafo único. Não se conhecendo o número de exemplares que constituem a edição fraudulenta, pagará o transgressor o valor de três mil exemplares, além dos apreendidos.

Art. 104. Quem vender, expuser a venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes, respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior.

Art. 105. A transmissão e a retransmissão, por qualquer meio ou processo, e a comunicação ao público de obras artísticas, literárias e científicas, de interpretações e de fonogramas, realizadas mediante violação aos direitos de seus titulares, deverão ser imediatamente suspensas ou interrompidas pela autoridade judicial competente, sem prejuízo da multa diária pelo descumprimento e das demais indenizações cabíveis, independentemente das sanções penais aplicáveis; caso se comprove que o infrator é reincidente na violação aos direitos dos titulares de direitos de autor e conexos, o valor da multa poderá ser aumentado até o dobro.

Art. 106. A sentença condenatória poderá determinar a destruição de todos os exemplares ilícitos, bem como as matrizes, moldes, negativos e demais elementos utilizados para praticar o ilícito civil, assim como a perda de máquinas, equipamentos e insumos destinados a tal fim ou, servindo eles unicamente para o fim ilícito, sua destruição.

Art. 107. Independentemente da perda dos equipamentos utilizados, responderá por perdas e danos, nunca inferiores ao valor que resultaria da aplicação do disposto no art. 103 e seu parágrafo único, quem:

I - alterar, suprimir, modificar ou inutilizar, de qualquer maneira, dispositivos técnicos introduzidos nos exemplares das obras e produções protegidas para evitar ou restringir sua cópia;

II - alterar, suprimir ou inutilizar, de qualquer maneira, os sinais codificados destinados a restringir a comunicação ao público de obras, produções ou emissões protegidas ou a evitar a sua cópia;

III - suprimir ou alterar, sem autorização, qualquer informação sobre a gestão de direitos;

IV - distribuir, importar para distribuição, emitir, comunicar ou puser à disposição do público, sem autorização, obras, interpretações ou execuções, exemplares de interpretações fixadas em fonogramas e emissões, sabendo que a informação sobre a gestão de direitos, sinais codificados e dispositivos técnicos foram suprimidos ou alterados sem autorização.

Art. 108. Quem, na utilização, por qualquer modalidade, de obra intelectual, deixar de indicar ou de anunciar, como tal, o nome, pseudônimo ou sinal convencional do autor e do intérprete, além de responder por danos morais, está obrigado a divulgar-lhes a identidade da seguinte forma:

I - tratando-se de empresa de radiodifusão, no mesmo horário em que tiver ocorrido a infração, por três dias consecutivos;

II - tratando-se de publicação gráfica ou fonográfica, mediante inclusão de errata nos exemplares ainda não distribuídos, sem prejuízo de comunicação, com destaque, por três vezes consecutivas em jornal de grande circulação, dos domicílios do autor, do intérprete e do editor ou produtor;

III - tratando-se de outra forma de utilização, por intermédio da imprensa, na forma a que se refere o inciso anterior.

Art. 109. A execução pública feita em desacordo com os arts. 68, 97, 98 e 99 desta Lei sujeitará os responsáveis a multa de vinte vezes o valor que deveria ser originariamente pago.

Art. 109-A. A falta de prestação ou a prestação de informações falsas no cumprimento do disposto no § 6º do art. 68 e no § 9º do art. 98 sujeitará os responsáveis, por determinação da autoridade competente e nos termos do regulamento desta Lei, a multa de 10 (dez) a 30% (trinta por cento) do valor que deveria ser originariamente pago, sem prejuízo das perdas e danos.

Parágrafo único. Aplicam-se as regras da legislação civil quanto ao inadimplemento das obrigações no caso de descumprimento, pelos usuários, dos seus deveres legais e contratuais junto às associações referidas neste Título.



## 4 LEI N. 14.597/2023 E O COMBATE À PIRATARIA

A Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) recentemente aprovada e publicada trouxe várias novidades jurídicas ao ordenamento brasileiro também acerca da proteção de marcas e patentes, através do combate à pirataria. Dentre as diversas disposições importantes acerca da regulamentação, do fomento das práticas desportivas e da especificidade do contrato de trabalho esportivo, observa-se uma importante mudança acerca dos crimes contra a propriedade intelectual, em especial no que se refere àqueles praticados contra as chamadas Organizações Esportivas.

Embora o texto legal não seja claro quanto a quem seriam essas Organizações Esportivas, em uma análise e aplicação de uma hermenêutica jurídica, é possível compreender que essas organizações sejam todas aquelas, de qualquer natureza jurídica ou forma de estruturação, autônomas quanto à normatização interna, para realizar a autorregulação, o autogoverno e a autoadministração. Neste sentido, é possível observar que a Lei Geral do Esporte está tratando das pessoas jurídicas constituídas, identificadas pela sociedade e pelo mercado por suas denominações sociais, insígnias, distintivos, bandeiras, mascotes e afins.

No caso do desporto, enquadram-se na ideia de Organizações Esportivas as Confederações, Federações, Associações e Entidades de Prática Desportiva (profissionais ou não).

Conforme falado anteriormente, como todas as propriedades intelectuais, as esportivas também sofrem com crimes de falsificação, cópia e pirataria. No futebol segundo levantamento realizado pelo Inteligência em Pesquisa e Consultoria (IPEC) encomendado pela Associação pela Indústria e Comércio Esportivo (ÁPICE), o impacto da pirataria no faturamento dos clubes chegou à casa dos 9 (nove) bilhões de reais.

Neste interim, anota-se que os arts. 168 e 169 da Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte)<sup>5</sup> estabeleceram as punições para a pirataria no esporte.

---

Art. 110. Pela violação de direitos autorais nos espetáculos e audições públicas, realizados nos locais ou estabelecimentos a que alude o art. 68, seus proprietários, diretores, gerentes, empresários e arrendatários respondem solidariamente com os organizadores dos espetáculos.

<sup>5</sup> BRASIL. **Lei n. 14.597, de 14 de junho de 2023**. Lei Geral do Esporte

Art. 168. Reproduzir, imitar, falsificar ou modificar indevidamente quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva: Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 169. Importar, exportar, vender, distribuir, oferecer ou expor à venda, ocultar ou manter em estoque quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e



A punição de todo aquele que reproduzir, imitar, falsificar ou modificar indevidamente quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva, com pena de detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa (art. 168).

Já no caso da importação, exportação, venda, distribuição, oferecimento ou exposição à venda, ocultação ou manutenção em estoque de quaisquer sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva ou produtos resultantes de sua reprodução, imitação, falsificação ou modificação não autorizadas para fins comerciais ou de publicidade será punível com pena de reclusão de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e ainda, multa (art. 169).

Interessante destacar que embora a grande maioria dos crimes previstos na Lei Geral do Esporte somente serão procedidos mediante representação da organização esportiva titular dos direitos violados, verifica-se que o crime previsto no art. 169 da Lei n. 14.597/2023 é uma exceção à regra da representação da organização esportiva, uma vez que a sua persecução se dá através da dedução judicial por ação penal pública incondicionada.

Deste modo, ao analisar o novo regramento acima destacado e compará-lo com o que vem disposto na Lei n. 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial), especificamente acerca dos crimes especiais, entende-se que houve aumento da punição. O crime contra a propriedade industrial que anteriormente era sancionado com a pena de 1 (um) a 3 (três) anos de detenção ou multa, passou a ser então punido com a pena de 2 (dois) a 4 (quatro) anos de reclusão e multa.

Em decorrência do supramencionado agravamento da sanção penal, observa-se que o crime contra a propriedade industrial não se encontra mais normativamente classificado como “de menor potencial ofensivo” e, portanto, deverá ser afastada a aplicação dos benefícios constantes da Lei n. 9.099/95 (Lei dos Juizados Especiais)<sup>6</sup>.

---

qualquer outro símbolo de titularidade de organização esportiva ou produtos resultantes de sua reprodução, imitação, falsificação ou modificação não autorizadas para fins comerciais ou de publicidade:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

<sup>6</sup> BRASIL. **Lei n. 9.099, de 26 de setembro de 1995**. Lei dos Juizados Especiais

Art. 76. Havendo representação ou tratando-se de crime de ação penal pública incondicionada, não sendo caso de arquivamento, o Ministério Público poderá propor a aplicação imediata de pena restritiva de direitos ou multas, a ser especificada na proposta.

§ 1º Nas hipóteses de ser a pena de multa a única aplicável, o Juiz poderá reduzi-la até a metade.



Ademias, a possibilidade de aplicação do benefício de transação penal, a priori, fica assim afastada e o autor do crime contra a propriedade industrial terá que enfrentar a persecução criminal comum.

## 5 CASO CBF *VERSUS* UMBRO

Após análise de todas as formas de proteção da propriedade intelectual e suas formas (patente, marca, desenho industrial, indicações geográficas e o direito de autor e os direitos conexos), mostra-se oportuno apresentar alguns casos prático de debate e proteção da propriedade intelectual.

A “Umbro” empresa de material esportivo inglesa, as vésperas da Copa do Mundo de 2022 lançou a coleção *The Nations Collection 2022*, com modelos de camisetas inspirados em algumas das principais seleções históricas do futebol mundial. Entre as camisas inspiradas encontra-se uma da Seleção Brasileira de 1994, ano inclusive em que a “Umbro” era a fornecedora de material esportivo da Seleção Brasileira.

A Confederação Brasileira de Futebol (CBF) entendendo que a camiseta se assemelha muito com o atual uniforme da Seleção Brasileira alega uso indevido de imagem, e iria a justiça. Entretanto, como é um processo recente, não se tem notícias quanto à um eventual processo, e muito menos de uma eventual decisão.

Contudo, não é a primeira vez que a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) está envolvida em processos de proteção da propriedade intelectual. Na Copa do Mundo de 2018, uma empresa de roupas de Curitiba confeccionou um agasalho onde

---

§ 2º Não se admitirá a proposta se ficar comprovado:

I - ter sido o autor da infração condenado, pela prática de crime, à pena privativa de liberdade, por sentença definitiva;

II - ter sido o agente beneficiado anteriormente, no prazo de cinco anos, pela aplicação de pena restritiva ou multa, nos termos deste artigo;

III - não indicarem os antecedentes, a conduta social e a personalidade do agente, bem como os motivos e as circunstâncias, ser necessária e suficiente a adoção da medida.

§ 3º Aceita a proposta pelo autor da infração e seu defensor, será submetida à apreciação do Juiz.

§ 4º Acolhendo a proposta do Ministério Público aceita pelo autor da infração, o Juiz aplicará a pena restritiva de direitos ou multa, que não importará em reincidência, sendo registrada apenas para impedir novamente o mesmo benefício no prazo de cinco anos.

§ 5º Da sentença prevista no parágrafo anterior caberá a apelação referida no art. 82 desta Lei.

§ 6º A imposição da sanção de que trata o § 4º deste artigo não constará de certidão de antecedentes criminais, salvo para os fins previstos no mesmo dispositivo, e não terá efeitos civis, cabendo aos interessados propor ação cabível no juízo cível.



reproduzia-se o escudo da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) sobre um fundo azul também composto por folhas verdes e folhas amarelas. A decisão do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná veio no sentido de negar o pedido da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entendendo que o escudo não era semelhante ao da Confederação e que, portanto, não levaria o consumidor a erro.

Outro caso mais recente, foi o julgamento do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro que apreciou o caso das camisa “amarelinhas” da empresa “Adidas”.

A Confederação Brasileira de Futebol (CBF) sustenta que a utilização de suas marcas e símbolos oficiais são exclusivos da mesma, além de alegar que como a sua fornecedora Nike é a maior concorrente da Adidas e de a empresa alemã ter utilizado a frase “a nossa amarelinha” como slogan demonstra a uma ofensa à propriedade intelectual daquela Confederação. A “Adidas” por sua vez defendeu que não utilizou quaisquer símbolos da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e ainda as cores verde e amarelo não são de uso exclusivo da Confederação.

A decisão do Tribunal de Justiça carioca acolheu a tese defendida pela “Adidas”, entendendo que as cores verde e amarelo, são de identificação nacional, e que, portanto, não poderiam ser de uso exclusivo de quem quer que seja, de modo que são insuscetíveis de apropriação. Ademais, não houve a utilização de qualquer símbolo oficial da Seleção Brasileira ou de seus patrocinadores. Ainda, quanto à um possível *trade dress*, embora não faça parte do regramento brasileiro, é acolhido na jurisprudência, mas no caso a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) não se desincumbiu de demonstrar que teria ocorrido a violação a esse *trade dress*.

## 6. CASO ADIDAS

Outro caso de embate acerca do registro de marca é o icônico caso da empresa “Adidas”, marca de roupas e acessórios alemã que busca reconquistar o uso exclusivo do símbolo das três listras “clássicas”. A decisão do Tribunal Geral da União Europeia (TGUE), a segunda mais alta instância judicial do ordenamento europeu, decidiu que o desenho das três listras paralelas, identificativas da “Adidas”, não são uma marca comercial válida por não possuir um caráter distintivo, ou seja, não serviria por si só como meio para distinguir o produto como sendo da empresa alemã.



A decisão advém de uma disputa judicial entre a Adidas e a empresa belga Shoe Branding Europe (BVBA) que começou em 2009 quando a empresa belga tentou o registro como marca, junto ao Escritório Europeu da Propriedade Intelectual (EUIPO) um tênis com duas listras paralelas inclinadas na parte lateral do calçado. A “Adidas” por entender que em muito se assemelharia com seus calçados (três listras paralelas inclinadas na parte lateral do calçado) se opôs ao registro, afirmando que a outra empresa estaria se aproveitando de sua notoriedade mercantil. O pedido foi acolhido e o registro negado.

A “Adidas” então no ano de 2013 tentou o registro de suas três listras paralelas, equidistantes, de igual largura e colocadas em qualquer direção sobre a roupa, calçado e chapéus. Pedido que seria aprovado no primeiro momento, porém após reclamação da empresa belga – que entendeu ser prejudicada, tendo em vista que suas duas listras não poderiam, mas três da Adidas sim – foi revertida a decisão e negado o registro sob argumentação de que as listras não possuem caráter distintivo.

O Tribunal Geral da União Europeia (TGUE) argumentou que a empresa “Adidas” não conseguiu comprovar que as três listras tenham por si só, um caráter distintivo em todo o território da União Europeia, motivo pelo qual não poderia pleitear esse registro. Ainda, reforçam o argumento de que as três listras não constituem uma marca de padronagem, mas mera marca figurativa ordinária.

No Brasil, o registro de uma marca formaliza a proteção do negócio e propriedade sobre uma determinada marca, conforme dispõe a Lei n. 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial)<sup>7</sup>; senão, que, para registro no Brasil, é necessário o requerimento junto à autoridade responsável pelo registro de marca, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Uma vez realizado o pedido e aprovado, fica registrado junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), dando a empresa a garantia de uso

<sup>7</sup> BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Lei da Propriedade Industrial Art. 42. A patente confere ao seu titular o direito de impedir terceiro, sem o seu consentimento, de produzir, usar, colocar à venda, vender ou importar com estes propósitos:

I - produto objeto de patente;

II - processo ou produto obtido diretamente por processo patenteado.

§ 1º Ao titular da patente é assegurado ainda o direito de impedir que terceiros contribuam para que outros pratiquem os atos referidos neste artigo.

§ 2º Ocorrerá violação de direito da patente de processo, a que se refere o inciso II, quando o possuidor ou proprietário não comprovar, mediante determinação judicial específica, que o seu produto foi obtido por processo de fabricação diverso daquele protegido pela patente.



exclusivo da marca em todo o território nacional em seu segmento de mercado. Assim, caso a marca esteja registrada, não poderá ser copiada por outra.

A legislação brasileira estabelece o critério de distintividade de marca, e a empresa “Adidas” possui nos registros brasileiros diversos registros de marca figurativa sobre as três listras. Portanto, embora não tenha o registro na União Europeia, a empresa “Adidas”, provavelmente seja detentora dessa marca em outros países pelo mundo, além do Brasil, de modo que as três listras continuarão a ser utilizadas pela marca/empresa.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além da competição e do entretenimento, o desporto é também um negócio multibilionário onde marcas icônicas são forjadas e patentes inovadoras são desenvolvidas. No entanto, esta convergência única de esforço humano, paixão e lucro não está isenta de desafios legais e éticos, especialmente quando se trata de proteger a propriedade intelectual. A relação entre propriedade intelectual e desporto intensificou-se exponencialmente nos últimos anos, e muito se deve à elevada exploração económica daquilo que antes era considerado meramente entretenimento e passou a ser visto como um mercado a ser explorado.

A propriedade intelectual no contexto desportivo inclui uma série de elementos-chave, como marcas registadas que representam clubes, Federações, Confederações, torcidas e fornecedoras de materiais esportivos. Patentes que impulsionam avanços tecnológicos em equipamentos desportivos e produtos relacionados, direitos de autor que protegem conteúdos audiovisuais, música e até cantos das torcidas, danças de animadores de torcida (caso dos esportes americanos). À medida que a indústria desportiva cresce e se torna mais complexa, há uma necessidade urgente de regulamentação e de proteção jurídica eficaz deste ativo intangível.

A aprovação da Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte), que trata da proteção de marcas e patentes no contexto esportivo, representa um marco importante no desenvolvimento dos direitos de propriedade intelectual no mundo dos esportes. Esta legislação aborda uma série de questões críticas que afetam atletas, clubes, organizações desportivas e empresas que operam na indústria desportiva e



cria uma base jurídica sólida para a proteção e promoção dos direitos de propriedade intelectual na indústria.

Uma das principais conquistas decorrentes do advento da Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) é a clareza regulatória acerca das questões relacionadas a marcas e patentes no esporte. Essa novel legislação especial define claramente os procedimentos e requisitos para o registo e proteção de marcas e patentes relacionadas com o desporto, eliminando ambiguidades que muitas vezes levam a litígios prolongados e à incerteza jurídica. Isto não só facilita o processo para os titulares de direitos relativos à propriedade intelectual (DPI), mas também promove um ambiente empresarial mais seguro, propício ao investimento na indústria desportiva.

A Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) reconhece ainda a importância das marcas e patentes no esporte como ativos valiosos que podem ser utilizados comercialmente. Em razão disto, passa a oferecer proteção normativa sólida para quem investe em pesquisa e desenvolvimento na área esportiva, apoiando a inovação e o progresso tecnológico na indústria. Isto é especialmente importante numa altura em que a tecnologia desempenha um papel cada vez mais importante na melhoria do desempenho desportivo, na monitorização do bem-estar dos atletas e na melhoria da experiência do espectador.

A Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) também leva em conta a complexidade do mercado esportivo e reconhece que o esporte inclui uma ampla gama de modalidades, desde esportes tradicionais até esportes eletrônicos e de aventura. Isto reflete uma compreensão madura de que a propriedade intelectual é um elemento fundamental em todas estas áreas e merece proteção adequada.

No entanto, entende-se que a implementação efetiva da Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) certamente exigirá uma cooperação ativa entre autoridades reguladoras, titulares de direitos, atletas, clubes e todas as partes interessadas no mundo do esporte. Além disso, garantir que os procedimentos de registo sejam acessíveis e eficientes será fundamental para evitar a exclusão de pequenas entidades da proteção jurídica.

Em última análise, a Lei n. 14.597/2023 (Lei Geral do Esporte) representa um passo muito importante e positivo para a criação de um ambiente jurídico mais claro, forte e favorável à proteção da propriedade intelectual no esporte. Isto não só beneficia os titulares de direitos, mas também contribui para o desenvolvimento contínuo da



indústria desportiva como um todo, promovendo a inovação, a concorrência leal e o crescimento econômico. À medida que o mundo do esporte continua a evoluir, esta novel legislação certamente desempenhará função vital para assegurar a efetivação e a garantia dos direitos de propriedade intelectual, os quais devem ser devidamente reconhecidos e protegidos, fortalecendo os alicerces da indústria e dos esportes.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Francisco. **Direito Civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.
- ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito Autoral**. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. Disponível em <http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>.
- BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: 5 de outubro de 1988.
- BRASIL. **Lei n. 9.099, de 26 de setembro de 1995**. Lei dos Juizados Especiais.
- BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Lei da Propriedade Industrial.
- BRASIL. **Lei n. 9.615, de 24 de março de 1998**. Lei Pelé.
- BRASIL. **Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Código Civil.
- BRASIL. **Lei n. 13.105, de 16 de março de 2015**. Código de Processo Civil.
- BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados.
- BRASIL. **Lei n. 13.874, 20 de setembro de 2019**. Lei da Liberdade Econômica.
- BRASIL. **Lei n. 14.193, de 6 de agosto de 2021**. Lei da Sociedade Anônima do Futebol.
- BRASIL. **Lei n. 14.597, de 14 de junho de 2023**. Lei Geral do Esporte.
- BARBOSA, Denis Borges. **Direito de Autor: questões fundamentais de direito de autor**. Rio de Janeiro: Lumen juris, 2013.
- COOTER, Robert; ULEN, Thomas. **Direito & Economia**. Porto Alegre: Booksman, 2010.



CUNHA, Frederico Carlos da. **A proteção legal do design: propriedade Industrial.**  
Rio de Janeiro: Lucena, 2000.

