



COI irá rever proibição de patrocínio individual nas Olimpíadas

O Comitê Olímpico Internacional (COI) já se manifestou no sentido de que pretende flexibilizar a regra que obriga todos os atletas a suspenderem as campanhas publicitárias de patrocinadores individuais que não sejam patrocinadores oficiais dos Jogos Olímpicos Rio 2016 durante o período do evento.

Essa obrigação decorre da Regra 40 presente na Carta Olímpica – conjunto de regras e orientações para a organização e realização dos Jogos Olímpicos. De acordo com sua redação atual, nenhum competidor, treinador, instrutor ou funcionário que participe dos Jogos Olímpicos pode permitir que sua pessoa, nome, imagem ou atuações esportivas sejam explorados com fins publicitários durante os Jogos Olímpicos.

A Regra 40 visa a assegurar máxima exposição às marcas de patrocinadores oficiais dos Jogos Olímpicos. Porém, dependendo de seu alcance, pode haver questionamentos quanto à sua aplicação no Brasil, por envolver direitos e garantias individuais, tais como direito de imagem e liberdade de contratar. Ademais, restrições excessivas podem vir a ser consideradas em desacordo com princípios como o da livre iniciativa econômica, com potencial de afetar direitos de empresas que têm contrato de patrocínio com atletas olímpicos, mas que não sejam patrocinadoras oficiais do evento.

O desejo dos atletas em verem a Regra 40 menos rígida pode ser justificada pelo fato de que a carreira esportiva é relativamente curta e que não existem muitos eventos de grande projeção e visibilidade mundial para atletas olímpicos, uma vez que os Jogos Olímpicos e Paralímpicos ocorrem com intervalo de quatro anos.

Por sua vez, não se pode deixar de prestigiar os esforços do COI em realizar um dos maiores eventos esportivo do planeta, cuja magnitude necessariamente decorre de altos investimentos captados por meio de cotas de patrocínio. Seus direitos como organizador do evento devem ser preservados, e não deve ser considerado leal do ponto de vista concorrencial a associação indevida ao evento por empresas que não contribuíram financeiramente para sua realização. Afinal, ressaltados casos mais emblemáticos – e menos comuns – no cenário esportivo, como o do velocista Usain Bolt, o investimento em patrocínio individual de atleta tende a ser menor que aquele destinado à cota de patrocinador oficial do evento.

De toda forma, o COI aceitou rever a Regra 40 e a proposta de alteração, que está em fase de regulamentação, será apresentada para aprovação final na Assembleia Geral do COI, a ser realizada em julho deste ano em Kuala Lumpur, na Malásia.

Aguarda-se o pronunciamento quanto à alteração da Regra 40 para que se tenha conhecimento das condições e limitações estabelecidas aos atletas, treinadores e demais participantes dos Jogos Olímpicos Rio 2016 com relação à promoção de marcas de seus patrocinadores individuais durante os Jogos Olímpicos.

Date Created

11/07/2015