



Vanessa Gaeta: Propriedade intelectual e a indústria do esporte

Dia 26 de abril é o dia internacional da propriedade intelectual, e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, em 2019, escolheu o esporte para ilustrar a importância do tema para a economia e para a sociedade em geral.

De acordo com o diretor-geral da OMPI, Francis Gurry, a propriedade intelectual suporta e empodera o modelo financeiro de todos os eventos esportivos ao redor do mundo. Por isso, a data comemorativa deste ano celebra a importância da propriedade intelectual como encorajadora da indústria do esporte, o qual exerce enorme atratividade na sociedade, em diferentes meios e formas.

Há numerosas provas da atratividade do esporte e da dinamicidade de sua indústria, mas, para tratar de uma realidade bem brasileira, utilizemos o futebol como referência.

Depois de Copa e Olimpíada, o Brasil sediará, entre 14 de junho e 7 de julho, a Copa América. O campeonato insere uma novidade anunciada pelo comitê organizador: contará com 100% de recursos privados, sem nenhum aporte do setor público.

Para suportar essa estrutura, alguns dados e fatos: a Globo pagará cerca de R\$ 51 milhões pelos direitos de transmissão da Copa América. A Mastercard será a principal patrocinadora do evento, garantindo algumas exclusividades como a de pagamentos eletrônicos, exploração do nome e a marca do torneio, além de garantir experiências para os clientes como, por exemplo, os direitos sobre os *player escorts*.

Além de Mastercard, Gol, Bhrama e TCL também patrocinarão o evento. A TCL estará presente através de anúncios nas placas dos gramados, nos uniformes dos árbitros e com diferentes atividades promocionais.

A última Copa América, de 2016, registrou cerca de 1,5 milhão de torcedores em 32 jogos disputados, gerando uma média de 46 mil torcedores por jogo. A Copa América deste ano certamente atingirá um público ainda maior, já que contará com a transmissão pelo Facebook, além da tradicional transmissão pela Globo e SporTV.

O campeão receberá um prêmio de cerca de US\$ 28,6 milhões. O vice embolsará US\$ 5 milhões; o terceiro, US\$ 4 milhões; o quarto, US\$ 3 milhões; e cada um dos quatro eliminados nas quartas de finais levará US\$ 2 milhões.

Como se pode perceber, sediar e promover um evento esportivo pode ser bastante custoso, mas a visibilidade e capilaridade desses torneios abrem espaço para marcas patrocinadoras que desejam construir seu reconhecimento utilizando o esporte como plataforma de marketing.



A simbiose entre as marcas e o patrocínio dos eventos gera enorme lucratividade e acaba suportando grande parte dos custos de organização dos eventos. Só para que se tenha uma ideia, os patrocínios da Olimpíada de 2016 geraram mais de 40% da renda total do torneio. Isso ocorre porque os torcedores têm uma profunda lealdade e conexão emocional com os times, torneios e jogadores. Com isso, são os próprios torcedores que alavancam as marcas patrocinadoras em razão da lucratividade gerada para os clubes.

Prova disso é a criativa forma de patrocínio da marca BMG. No início de 2019, a empresa anunciou acordos com Corinthians, Atlético-MG e Vasco para patrocínio máster dos clubes. No entanto, em vez de apenas remunerar o clube pela divulgação da marca no uniforme, o BMG usará a remuneração variável baseada no poder das torcidas dos clubes.

O BMG criou bancos próprios para os torcedores dos clubes (Meu Galo BMG, Meu Timão BMG e Meu Vasco BMG). Assim, sem custo de adesão, os torcedores podem acessar o banco do seu time através de um aplicativo próprio, por meio do qual poderá efetuar a transação desejada. Com isso, o BMG irá remunerar o clube com um percentual de cada transação. A intenção do BMG é ir além do patrocínio de visibilidade e utilizar um modelo de parceria.

Os novos e originais formatos de patrocínio de marcas sobre eventos esportivos certamente seguirão apoiando e fomentando um mercado que movimenta a economia e gera empregos, além de benefícios sociais e culturais. Portanto, o uso criativo e estratégico dos direitos de propriedade intelectual no esporte garante e auxilia o desenvolvimento deste setor econômico, por isso deve haver um cenário legal e regulatório propício e suficientemente flexível como forma de fomento deste setor pulsante e tão apaixonante.

Date Created

26/04/2019