

VOZES DIVERSAS

DIFERENTES SABERES



SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXX SIC

15 A 19
OUTUBRO
CAMPUS DO VALE



Autor:

**Guilherme
Pereira de Souza**

Orientadora:

**Kelly Lissandra
Bruch**

Instituição de Origem:

**Universidade Federal
do Rio Grande do Sul**

Título:

**A interferência
na visibilidade
da marca patrocinadora
do clube de futebol
em relação aos atletas.**

INTRODUÇÃO

As marcas interferem na relação de trabalho “clube x atleta” e é possível observar que a vinculação direta da imagem do atleta à marca de material esportivo do clube não tem gerado maiores problemas. Mas quando o jogador coloca em destaque a marca que o patrocina em determinada ocasião tem sofrido, de forma recorrente, punições por parte do time.

OBJETIVO

De acordo com o presente trabalho busca-se questionar como são postos os limites de interferência das marcas de material esportivo do clube na imagem do atleta.

METODOLOGIA

A presente pesquisa segue a linha qualitativa e exploratória, pois busca responder às mencionadas questões a luz do princípio da autonomia da vontade e propriedade intelectual, pois gera dúvidas nos limites em relação a pessoa buscando preencher a lacuna teórica do tema pouco explorado.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

É possível analisar no art. 87-A da lei 9.615/98, lei pelé, que a cessão ao uso da imagem do atleta ao clube é contratual de natureza civil, fixando direitos e deveres inconfundíveis com o contrato especial de trabalho. Nesse final atentamos a observar que a relação contratual de trabalho e a de cessão de imagem determinam condições diferentes na sua proposta, logo essa interferência que a marca de material esportivo do clube faz em determinadas situações que o atleta usa sua imagem a outra marca, ultrapassa o princípio da autonomia da vontade e o limite da relação principal entre as partes.

REFERÊNCIAS:

COPETTI, Michele. Afinidade Entre MARCAS: Uma Questão de Direito. Lumen Juris Editora.2010

MORO, Maitê Cecilia Fabbrì. Marcas Tridimensionais: Sua proteção e os aparentes conflitos com a proteção outorgada por outros institutos da propriedade intelectual. São Paulo. Saraiva, 2009.

ABRAÃO, Luiz Antonio. Contratos: Marketing nos Clubes Brasileiros de Futebol. Revista Brasileira de Direito Desportivo.vol 19/2011.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. V1. 34ª edição. São Paulo. Saraiva, 2017.

MONTEIRO DE LIMA ESTUDINO, Luciana Maria. Registro de marcas no Direito Desportivo: Desobrigação Legal ou Necessidade Comercial

Art 125 da lei 9.279/96

Art. 126 da lei 9.279/96

Art. 87-A da lei 9.615/98

Disponível em:

<http://painelacademico.uol.com.br/painel-academico/7668-autonomia-privada-da-vontade-e-o-atleta-profissional>