

Sumário Executivo de Medida Provisória

Medida Provisória nº 1.335, de 2026.

Publicação: DOU de 23 de janeiro de 2026.

Ementa: Dispõe sobre as medidas relativas à proteção especial à propriedade intelectual e aos direitos de mídia e de *marketing*, relacionados à realização, no Brasil, da Copa do Mundo Feminina da FIFA 2027.

Resumo das Disposições

A Medida Provisória (MPV) nº 1.335, de 22 de janeiro de 2026, dispõe sobre um conjunto de medidas de proteção especial à propriedade intelectual e aos direitos de mídia e de *marketing* associados à realização, no Brasil, da Copa do Mundo Feminina da FIFA 2027, com o objetivo de assegurar, durante período delimitado, instrumentos reforçados de tutela administrativa e civil contra usos indevidos de símbolos oficiais, marcas, nomes de domínio, conteúdos audiovisuais e práticas de *marketing* de emboscada (*ambush marketing*).

O texto é estruturado em quatro capítulos: disposições gerais; definições e disposições preliminares; proteção e exploração de direitos comerciais, com seções dedicadas, entre outros pontos, à atuação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), ao uso de nomes de domínio e às áreas de restrição comercial e a sanções civis; e disposições finais.

O art. 1º delimita o objeto da MPV às medidas relativas à proteção especial à propriedade intelectual e aos direitos de mídia e de *marketing* vinculados ao torneio.

O art. 2º consolida um glossário normativo para uniformizar a aplicação do regime especial, definindo, entre outros conceitos, associação anfitriã (CBF), eventos oficiais, locais oficiais (incluindo perímetros e estruturas destinados às partidas e atividades oficiais), parceiros comerciais e entidades vinculadas à FIFA, direitos de mídia e direitos de *marketing*, emissoras (incluída a “emissora fonte”), símbolos oficiais e ativos de propriedade intelectual relacionados aos eventos. Em termos práticos, o dispositivo busca reduzir assimetrias interpretativas e ampliar a previsibilidade na fiscalização, especialmente quanto ao que é considerado “uso comercial” e ao que se insere no perímetro protegido.

O art. 3º reconhece a FIFA como titular exclusiva de todos os direitos de exploração comercial associados aos eventos oficiais, abrangendo nome, símbolos oficiais, marcas, slogans, imagens, direitos de mídia e de marketing, ingressos e demais propriedades intelectuais, além de explicitar que a entidade pode usar, exercer e fruir livre e plenamente desses direitos.

Ademais, o referido dispositivo estabelece que, nos locais oficiais, a publicidade e a exploração comercial realizadas pela FIFA, por seus parceiros comerciais e por suas contratadas não se sujeitam a restrições legais relativas à publicidade, sinalização, promoção, venda, distribuição ou consumo de produtos ou serviços, ressalvando, porém, que essa disciplina não alcança os ativos imateriais de titularidade do governo federal, que permanecem regidos por legislação própria.

Nesse ponto, o dispositivo ainda autoriza expressamente o uso desses ativos governamentais em ativações e campanhas educativas, informativas ou de interesse público durante os eventos oficiais, desde que sem exploração comercial e sem associação promocional com marcas ou produtos de terceiros.



O art. 4º funciona como cláusula de salvaguarda: embora a MPV crie um regime especial de proteção a direitos comerciais e de *marketing*, essa proteção não autoriza, dispensa nem flexibiliza normas sanitárias, de defesa do consumidor, de proteção à criança e ao adolescente, e tampouco impede a aplicação da legislação federal sobre produção, comercialização, publicidade ou consumo de bebidas alcoólicas.

Não obstante, cumpre observar que o art. 15 prevê que a União atue junto aos Estados, ao Distrito Federal e aos municípios-sede para viabilizar medidas administrativas e legais necessárias à concessão, à FIFA e a seus parceiros (inclusive emissora fonte e contratadas), das autorizações e exceções requeridas para a comercialização de produtos e serviços, inclusive bebidas alcoólicas.

No Capítulo III, a MPV estabelece o núcleo de proteção e exploração dos direitos comerciais. No âmbito da propriedade industrial, os arts. 5º a 8º atribuem ao INPI obrigações específicas de anotação e comunicação: (i) o art. 5º determina a anotação do alto renome, nos termos do art. 125 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, para marcas que consistam em símbolos oficiais de titularidade da FIFA, como o emblema FIFA, emblemas dos eventos oficiais, mascotes oficiais e outros símbolos constantes de lista protocolada e atualizável pela FIFA; (ii) o art. 6º prevê anotação de marcas notoriamente conhecidas, nos termos do art. 126 da mesma lei, com base em lista fornecida e atualizada pela FIFA; (iii) o art. 7º fixa que essas anotações produzem efeitos até 31 de dezembro de 2027, dispensando, durante o período, a comprovação do alto renome/notoriedade pelo titular, e prevendo regras de manutenção e exclusão; e (iv) o art. 8º obriga o INPI a cientificar o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) para fins de rejeição, de ofício, de



registros de domínio idênticos ou similares que empreguem expressões ou termos relativos às marcas protegidas.

Os arts. 9º a 13 instituem procedimentos acelerados e salvaguardas administrativas relacionadas ao exame de pedidos de marca e outros títulos de propriedade industrial vinculados aos eventos. O art. 9º cria regime especial de tramitação, no INPI, para pedidos de registro de marca da FIFA e de seus parceiros/contratados, com vigência do tratamento especial até 31 de dezembro de 2027. O art. 10 estabelece diretrizes complementares ao regime especial, com foco em prazos e no fluxo decisório, para evitar que o contencioso administrativo comprometa o cronograma do evento, inclusive prevendo a possibilidade de recurso ao presidente do INPI em hipóteses específicas. O art. 13, por sua vez, prevê que o INPI disciplinará, por ato, em até 30 dias, o exame prioritário de pedidos de desenho industrial e de patentes de invenção e de modelo de utilidade relacionados aos eventos oficiais, reforçando a estratégia de proteção tempestiva de criações e soluções tecnológicas associadas à infraestrutura e à operação do torneio.

Na dimensão territorial e publicitária disposta na Seção II, o art. 14 trata das “áreas de restrição comercial”, definidas como perímetros em torno dos locais oficiais e de outras instalações relacionadas aos eventos, nas quais se restringem atividades de *marketing* e publicidade não autorizadas, inclusive com previsão de coordenação com entes subnacionais para delimitação e sinalização. O dispositivo prevê que as áreas podem abranger, além do entorno imediato, principais vias de acesso e locais claramente visíveis a partir desses perímetros, e explicita que o regime pode incidir no dia anterior e no dia de cada partida, bem como nos dias de eventos oficiais associados, incluindo a *FIFA Fan Festival*.



A Seção III trata da captação de imagens ou sons, da radiodifusão e do acesso aos locais oficiais. Os arts. 16 a 18 detalham o alcance das restrições e a titularidade e exploração de conteúdos audiovisuais, ao estabelecer proteção reforçada contra publicidade de emboscada e usos comerciais indevidos associados às partidas e aos eventos.

No tocante aos direitos de mídia e ao uso de imagens e sons, o art. 19 regula a utilização de “flagrantes” (*clips* curtos) das partidas e eventos oficiais para fins jornalísticos, compatibilizando a cobertura informativa com a preservação do valor econômico dos direitos de transmissão. O dispositivo admite a divulgação, por prestadores de serviço de radiodifusão e por veículos de comunicação social, de trechos limitados (flagrantes), em condições estritas: veiculação apenas após decorrido prazo mínimo (regra de defasagem temporal), limitação de duração por flagrante e limitação proporcional do conteúdo total em relação ao evento, com vedação de exploração publicitária que caracterize associação comercial indevida e com preservação dos direitos do titular.

A Seção IV trata das sanções civis. O art. 20 enumera condutas consideradas ilícitas para fins de responsabilização civil, abrangendo, de modo amplo, práticas típicas de *ambush marketing* por associação e por intrusão, além de violações diretas à propriedade intelectual e aos direitos de mídia. Entre as hipóteses, incluem-se: publicidade ostensiva não autorizada (inclusive em fachadas, mobiliário urbano ou suportes visíveis desde os locais oficiais e áreas restritas), publicidade aérea ou náutica (inclusive com balões, aeronaves, drones ou embarcações), apropriação ou exibição não autorizada de propriedade intelectual dos eventos, exibição pública das partidas com finalidade promocional ou mediante cobrança de admissão, divulgação não autorizada de imagens, sons e flagrantes,



registro/manutenção de nomes de domínio contendo símbolos oficiais, e práticas envolvendo ingressos e credenciais (venda onerosa fora de plataforma oficial de revenda, uso para promoções, brindes, pacotes de viagem/hospedagem etc.). O §1º define critério amplo de apuração do valor indenizatório (incluindo lucros cessantes e proveito do infrator) e o §2º prevê responsabilidade solidária de organizadores, autorizadores, aprovadores ou patrocinadores da exibição pública comercialmente associada.

O art. 21 estabelece critério subsidiário de quantificação da indenização quando não for possível apurar danos, lucros cessantes ou vantagem indevida: a indenização corresponderá ao valor que teria sido pago ao titular para exploração regular do direito, acrescido de juros desde a infração e de multa razoável, conforme parâmetros contratuais usualmente adotados pelo titular.

Por fim, o art. 22 determina a aplicação subsidiária da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (propriedade industrial), da Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998 (*software*) e da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 (direitos autorais); e o art. 23 prevê a vigência imediata da MPV, a partir de sua publicação.

Brasília, 26 de janeiro de 2026.

Vinicius Machado Calixto

Consultor Legislativo

Yves Carneiro Finzetto

Consultor Legislativo

