Empresários que queiram surfar no ‘hype’ do Mundial precisam evitar armadilhas jurídicas; fiscalização digital será intensa e sem fronteiras

Com a Copa do Mundo de 2026 se aproximando, o clima de euforia começa a tomar conta dos torcedores e, naturalmente, do Comércio. É a hora de pensar em promoções, campanhas especiais e decoração temática para atrair clientes. No entanto, a empolgação precisa vir acompanhada de uma boa dose de atenção. A experiência da Copa de 2022 no Qatar mostrou que a fiscalização sobre o uso indevido de marcas e símbolos do evento foi dura, rápida e implacável, especialmente na internet.

Confira a seguir um guia rápido elaborado pelos especialistas da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), para as empresas não cometerem um “pênalti jurídico” caro. O objetivo é aproveitar o momento sem infringir regras.

A Federação Internacional de Futebol (Fifa) detém os direitos exclusivos sobre tudo relacionado à Copa. Usar esses elementos para fins comerciais, sem ser patrocinador oficial, é passível de notificação, remoção de conteúdo e processos.

Com a Copa do Mundo de 2026 se aproximando, o clima de euforia começa a tomar conta dos torcedores e, naturalmente, do Comércio. É a hora de pensar em promoções, campanhas especiais e decoração temática para atrair clientes. No entanto, a empolgação precisa vir acompanhada de uma boa dose de atenção. A experiência da Copa de 2022 no Qatar mostrou que a fiscalização sobre o uso indevido de marcas e símbolos do evento foi dura, rápida e implacável, especialmente na internet.

Confira a seguir um guia rápido elaborado pelos especialistas da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), para as empresas não cometerem um “pênalti jurídico” caro. O objetivo é aproveitar o momento sem infringir regras.

A Federação Internacional de Futebol (Fifa) detém os direitos exclusivos sobre tudo relacionado à Copa. Usar esses elementos para fins comerciais, sem ser patrocinador oficial, é passível de notificação, remoção de conteúdo e processos.

NÃO PODE

- Usar o nome oficial do evento (“Fifa World Cup 2026”), expressões (“Copa do Mundo 2026”, “Mundial 2026”, “World Cup”) ou hashtags oficiais em promoções.
- Utilizar emblemas, mascote, slogans, a imagem do troféu ou qualquer elemento visual oficial do torneio.
- Criar campanhas de “emboscada”, quando uma empresa tenta associar seus produtos a um evento popular. Cuidado com frases como “Promoção especial da Copa”, “Sorteio da Copa 2026” ou “Rumo ao Hexa 2026”. Isso tenta criar uma associação indevida com o evento e é combatido com rigor.
- Vender produtos com símbolos da Fifa ou estampas que imitem o **trade dress** (aparência característica) da camisa da Seleção sem licença. Atenção: a venda de produtos falsificados ou não licenciados é crime!

Leia aqui na íntegra.

Fonte: FecomercioSP, em 30.01.2026