

**LEONARDO ANDREOTTI PAULO DE OLIVEIRA**

# **2014 – AMBUSH MARKETING – 2016**

## **MARKETING DE EMBOSCADA**

**“ORIGEM, HISTÓRICO E MECANISMOS DE COMBATE ÀS EMBOSCADAS  
COMERCIAIS NOS JOGOS OLÍMPICOS DO COI E NOS MUNDIAIS DA FIFA”**

Editora Quartier Latin do Brasil  
São Paulo, primavera de 2014  
quartierlatin@quartierlatin.art.br  
www.quartierlatin.art.br

**EDITORA QUARTIER LATIN DO BRASIL**

Rua Santo Amaro, 316 – Centro – São Paulo

Contato: [quartierlatin@quartierlatin.art.br](mailto:quartierlatin@quartierlatin.art.br)

[www.quartierlatin.art.br](http://www.quartierlatin.art.br)

**Coordenação editorial: Vinicius Vieira**

**Diagramação: Antonio Marcos Cavalheiro**

**Revisão gramatical: Ronaldo Santos Soares**

**Capa: Eduardo Nallis Villanova**

OLIVEIRA, Leonardo Andreotti Paulo de.  
2014 – Ambush Marketing – 2016. Marketing de  
Emboscada. “Origem, Histórico e Mecanismos de  
Combate às Emboscadas Comerciais nos Jogos  
Olímpicos do COI e nos Mundiais da FIFA” – São  
Paulo: Quartier Latin, 2014.

ISBN 85-7674-729-4

1. Direito Desportivo

I. Título

**Índices para catálogo sistemático:**

1. Brasil: Direito Desportivo

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfilmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos do Código Penal), com pena de prisão e multa, busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

## SUMÁRIO

Nota sobre o autor .....	7
Dedicatória.....	9
Prefácio.....	11
Apresentação .....	15
Introdução .....	19

### 1.

#### **Marketing de Emboscada: Origem e definição, 23**

### 2.

#### **As variadas formas de emboscadas comerciais, 39**

### 3.

#### **Casos de *Ambush Marketing* em Eventos Esportivos, 53**

3.1. Caso Reebok v. Nike em Barcelona 1992.....	55
3.2. Caso Nike v. Adidas no mundial de futebol da África do Sul.....	56
3.3. Caso Bavaria v. Budweiser no mundial da África do Sul.....	57
3.4. Caso Nike v. Adidas nos Jogos Olímpicos de Los Angeles/1984 .....	59

## 4.

**Combate Jurídico ao  
Marketing de Emboscada, 63**

## 5.

**Normatização das práticas do  
*Ambush Marketing*, 69**

- 5.1. Mecanismos legais de proteção às propriedades olímpicas: Cooperação do Estado Brasileiro ..... 75
- 5.2. Mecanismos legais de proteção às propriedades olímpicas: Experiência internacional..... 84
- 5.2.1. Jogos Olímpicos de Verão e Inverno:  
Sydney 2000, Athens 2004, Beijing 2008,  
Vancouver 2010, London 2012 ..... 86
- 5.3. Copa do Mundo de Futebol da FIFA,  
Brasil 2014: Cooperação do Estado Brasileiro. .... 89

## 6.

**Normativa aplicável, 99**

## 7.

**Conclusão e recomendações, 107**

## 8.

**Referência Bibliográfica, 112**