

# ESPORTES

correio braziliense.com.br/esportes - Subeditor: Marcos Paulo Lima E-mail: esportes.dfg@dabr.com.br Telefone: (61) 3214-1176

## Mundial Sub-17

Depois de eliminar Paraguai e França, ambos nas penalidades máximas, a Seleção Brasileira mede forças com o Marrocos, hoje, às 12h45, pelas quartas de final da Copa do Mundo Sub-17. SporTV e CazéTV transmitem. O Brasil chega invicto após as goleadas sobre Indonésia e Honduras e os empates com Zâmbia, Paraguai e França (passou nos pênaltis diante desses dois últimos). Em seguida, quem avançar encara o vencedor do duelo Portugal e Suíça, que se enfrentam às 11h45.

**FUTEBOL** Cole “Cold” Palmer não aceita imitação: patente da comemoração de gols icônica do jogador inglês de 23 anos revoluciona o mundo da bola e vira um novo nicho de monetização

# Marca registrada

MARCOS PAULO LIMA

Soco no ar de Pelé. Punho cerrado de Reinaldo. Muque e o balanço da cabeça de Gabigol. Dedo em riste de Ronaldo “Fenômeno” com o polegar apontado para cima. Reverência de Pedro. Sinal da cruz de Jairzinho. As garras do tigre Vitor Roque. Os dedos no ouvido de Memphis Depay. Da era analógica à digital, a comemoração customizada dos gols virou propriedade intelectual, marca registrada e um novo negócio na conjugação do verbo da moda em tempos de redes sociais: monetizar.

Aos 23 anos, o inglês Cole Jermaine Palmer, eleito o melhor jogador da Copa do Mundo de Clubes da Fifa neste ano, é o revolucionário da vez. O camisa 10 do Chelsea obteve, nesta semana, no Escritório de Propriedade Intelectual do Reino Unido, o registro oficial da forma de celebrar gols. Palmer esfrega os braços e simula estar com frio.

A patente inclui a assinatura do atleta, o nome Cole Palmer, uma marca figurativa com o rosto e as iniciais “CP”, que podem ser vinculadas a artigos esportivos, roupas, brinquedos e bebidas energéticas. O domínio é válido até 2034, renovável por 10 anos.

“Cada vez mais, os atletas entendem que a imagem e os gestos têm valor e podem se tornar ativos estratégicos. O Cole Palmer mostra uma nova mentalidade do jogador que pensa como marca, não apenas como profissional de futebol”, analisa ao Correio Cláudio Fiorito, CEO da P&P Sport Management. A firma administra a carreira de mais de 150 jogadores.

Gerente de Marketing da Multimarcas Consórcios, Thiago Rangel Mafia reforça: “Transforma euforia em propriedade intelectual, gerando receitas e fortalecendo a marca-atleta além da carreira. O engajamento aumenta. O fã pode consumir o gesto”, diz, com um alerta: “Se um atleta mais influente repetir o gesto ou ele viralizar a ponto de ser copiado por todos, a exclusividade da marca se perde,

diluindo seu valor, mesmo com o registro. O desafio é monetizar sem perder a essência e a associação primária com o criador”.

Cole Palmer segue uma tendência. Cristiano Ronaldo registrou a marca CR7 e a icônica celebração “Siuuu”. Camisa 10 da França e do Real Madrid, Kylian Mbappé patenteou a comemoração com braços cruzados em 2024 na França e na União Europeia.

No Brasil, Gabigol deu entrada no gesto flexionando o muque em 2020, aprovado em 2023. “É um passo importante para qualquer atleta que pensa além das quatro linhas. É transformar um gesto em ativo, uma identidade em negócio”, afirma Romulo Caldeira, ex-atleta com passagens pela seleção da Itália, Juventus, Lazio e Cruzeiro.

“Quando o atleta entende que sua imagem tem valor e aprende a gerir isso com estratégia, deixa de depender apenas do salário e começa a construir patrimônio. Vemos isso em esportes como a NBA e NFL, nos EUA. Com esse ato do Palmer, a tendência é que se torne comum no futebol também”, projeta.

Um dos pioneiros é Michael Jordan. Nos anos 1990, o “Pelé” do basquete tabelou com a Nike e registrou a imagem voando para uma enterrada. O ícone virou o logo Jumpman. O símbolo será estampado na camisa do Brasil na Copa de 2026 no lugar da vírgula da Nike, parceira do hexacampeão da NBA pelo Chicago Bulls e medalhista de ouro nos Jogos Olímpicos de Los Angeles-1984 e Barcelona-1992.

Astro “teen” da Espanha e do Barcelona, Lamine Yamal, 18, comercializa a assinatura em camisetas, bonés, bolas, cards e outros produtos com uma empresa especializada na produção de objetos relacionados a autógrafos de estrelas do esporte.

“Pode parecer pedante ou desnecessário, mas atletas desse nível precisam não somente capitalizar o tempo e a imagem, mas garantir que ela esteja associada a produtos licenciados”, pondera Thiago Freitas, COO da Roc Nation Sports no Brasil, empresa de entretenimento norte-americana comandada pelo cantor Jay-Z, que gerencia a carreira de centenas de atletas.

“No mercado americano, memorabilia e itens de jogadores são parte de uma indústria há décadas. Ainda que soe estranho para o mercado europeu ou brasileiro, cobrar por autógrafos é apenas mais uma forma de monetizar um ídolo”, explica Ivan Martinho, professor de marketing esportivo pela ESPM.

Gelado e calculista: Cole Palmer patenteou a comemoração, na qual simula sentir frio, até 2034 renovável por 10 anos

AFP