

Games, onde o Brasileirão é invisível

21/06/2026

Quando desembarcou em Santa Catarina para defender o Criciúma, em 2024, *Yannick Bolasie* não era só um atacante congolês experiente, com passagem pelo futebol inglês e trajetória respeitável nos gramados, mas também uma espécie de memória afetiva para milhares de jovens torcedores e jogadores virtuais que o conheceram primeiro pelos antigos games de futebol. Ali, seu nome, seus dribles, velocidade e habilidade ganharam contornos quase folclóricos, a ponto de transformá-lo em um atleta lembrado não apenas pelo que fez em campo, mas pelo que representou no controle, na tela e na imaginação de milhões de apaixonados pelo futebol digital.

Essa história ajuda a revelar um problema. Enquanto muitos atletas estrangeiros ganham vida digital, boa parte dos jogadores do Campeonato Brasileiro simplesmente desaparece dos jogos eletrônicos, pois o clube até pode estar presente, muitas vezes com escudo, uniforme e cores oficiais, mas o atleta real não aparece, sendo substituído por nomes fictícios, rostos genéricos e personagens que não carregam a identidade, a trajetória e a verdade esportiva do futebol brasileiro.

Isso produz uma representação incompleta do nosso campeonato: a camisa existe, o escudo aparece e a instituição está ali, mas o ser humano que dá alma ao jogo, emociona a torcida e transforma o clube em espetáculo acaba apagado da experiência digital.

A pergunta jurídica que surge desse cenário é aparentemente simples, embora a resposta revele uma engrenagem muito mais complexa. O desaparecimento dos atletas brasileiros dos jogos eletrônicos passa pelo direito de imagem, pela inexistência de um modelo coletivo eficiente de licenciamento e pela dificuldade histórica do futebol nacional em transformar uma proteção individual legítima em uma solução institucional segura.

Direito de imagem é protegido por Constituição e Código Civil

No Brasil, a imagem do atleta não pode ser tratada como mero detalhe comercial ou simples extensão da camisa que veste, uma vez que constitui direito da personalidade, protegido pela Constituição, pelo Código Civil e pela legislação desportiva. Nome, rosto, voz, apelido, aparência, características físicas e demais traços capazes de identificar o jogador só podem ser explorados economicamente mediante autorização válida, específica e juridicamente adequada.

A Lei Pelé, especialmente em seu artigo 87-A, ocupa o centro dessa discussão, estabelecendo que o direito ao uso da imagem do atleta pode ser por ele cedido ou explorado mediante ajuste contratual de natureza civil, com direitos, deveres e condições próprias, que não se confundem com o contrato especial de trabalho desportivo. Na prática, o jogador pode licenciar sua imagem, mas essa licença precisa ter causa definida, finalidade determinada, remuneração própria e autorização válida, sem que se possa presumir sua existência, transferi-la automaticamente ao clube ou tratá-la como simples parcela salarial.

Celso da Luz/Criciúma



Spacca

Esse entendimento jurídico foi decisivo para corrigir abusos históricos. Durante muito tempo, o atleta brasileiro teve sua imagem tratada como mero acessório do contrato de trabalho, como se o simples fato de vestir determinada camisa bastasse para autorizar qualquer exploração comercial de seu rosto, nome ou identidade esportiva.

A Lei Pelé rompeu essa lógica ao reconhecer que o jogador é trabalhador, mas também é pessoa, marca, memória, identidade e patrimônio moral. Assim, o contrato de imagem possui natureza civil e exige autorização específica, ainda que temporária, limitada e vinculada a uma finalidade determinada.

A doutrina desportiva segue a mesma direção ao reconhecer que o direito de imagem, embora personalíssimo e irrenunciável em sua essência, pode ter seu uso licenciado temporariamente para fins econômicos, desde que respeitados os limites legais, a autonomia da vontade, a boa-fé contratual e a dignidade do atleta. Isso demonstra que a proteção jurídica não impede a exploração comercial da imagem, mas exige que ela ocorra com consentimento claro, remuneração adequada e finalidade juridicamente legítima.



Dificuldade para licenciar imagem de atletas

O problema é que uma regra criada para proteger o indivíduo acabou produzindo, no ambiente digital, um efeito colateral relevante: a dificuldade prática de licenciar a imagem de centenas de atletas em larga escala. Para inserir um campeonato inteiro em um jogo eletrônico, não basta negociar com a *CBF*. Tampouco é suficiente negociar apenas com os clubes. É indispensável resolver uma terceira camada, justamente a mais sensível: a autorização individual dos jogadores, circunstância que torna o processo caro, lento, fragmentado e juridicamente arriscado, quando realizado atleta por atleta. Foi nesse ponto que o Brasil se afastou do modelo internacional.

Em diversos mercados, entidades representativas de atletas passaram a estruturar modelos coletivos de licenciamento para jogos eletrônicos, permitindo que o jogador autorize, de forma expressa e delimitada, que determinada entidade negocie aquele uso específico de sua imagem no ambiente esportivo digital. Isso não significa entregar sua imagem para qualquer finalidade ou abrir mão de direitos individuais, mas apenas permitir sua utilização dentro de um jogo de futebol, com regras claras, remuneração, prestação de contas e limitação objetiva de finalidade.

No Brasil, porém, esse modelo nunca se consolidou com segurança suficiente, e o resultado é uma sequência de disputas judiciais envolvendo atletas e empresas de jogos.

Foi o que ocorreu em 2020, quando a *EA Sports* foi condenada, em ação coletiva envolvendo mais de 450 jogadores, a pagar valores pelo uso de imagem em edições antigas de jogos de futebol. O ponto juridicamente mais relevante do episódio não estava no valor da condenação, mas na mensagem transmitida: uma autorização genérica, estrangeira ou presumida, não substitui automaticamente a autorização individual válida exigida pelo ordenamento jurídico brasileiro.

Atualização de proteção da imagem no ambiente digital

Esse é o ponto que precisa ser compreendido com equilíbrio, pois a Lei Pelé não deve ser tratada como vilã, nem como obstáculo irracional ao desenvolvimento do futebol brasileiro. Sua função é proteger o atleta contra usos indevidos de sua imagem e impedir que sua identidade seja explorada sem consentimento ou remuneração adequada. É preciso reconhecer, contudo, que o desafio atual não está em reduzir essa proteção, mas em atualizar sua forma de aplicação ao ambiente digital, criando instrumentos coletivos seguros que respeitem e permitam ao jogador exercer seus direitos de maneira organizada.

O artigo 87-A da Lei Pelé não impede que o atleta autorize uma representação coletiva para fins específicos. O que ele impede é que essa representação seja presumida, obscura, genérica ou imposta sem consentimento. Portanto, a solução não passa por retirar direitos dos jogadores, mas por construir um mecanismo juridicamente confiável que permita o exercício coletivo desses direitos, com autorização expressa, finalidade delimitada, remuneração transparente, prazo

definido e possibilidade de controle pelo próprio titular da imagem.

A Lei Geral do Esporte reforça essa leitura ao consagrar princípios como autonomia, eficiência, especificidade, identidade nacional, integridade, liberdade e transparência. Além disso, afirma que a exploração e a gestão do esporte, por seu alto interesse social, devem observar transparência financeira e administrativa, moralidade e responsabilidade dos dirigentes, princípios que dialogam diretamente com o tema. Licenciar o Brasileirão nos jogos eletrônicos não é apenas uma operação comercial, mas um ato de gestão esportiva, promoção cultural, valorização econômica do atleta e projeção institucional do futebol brasileiro.

A mesma Lei Geral do Esporte também reconhece a autonomia esportiva e a existência de um sistema privado transnacional de normas, organizações e mecanismos próprios do esporte, frequentemente denominado *Lex Sportiva*. A expressão pode ser mantida justamente por sua relevância técnica, mas essa autonomia não pode ser compreendida como ausência de responsabilidade, e sim como capacidade de autorregulação dentro dos limites da lei, com respeito aos direitos fundamentais, à integridade das competições, à boa governança e à segurança jurídica.

Por isso, o caminho brasileiro deve combinar liberdade do atleta, eficiência do mercado e transparência institucional, permitindo que o jogador saiba exatamente o que está autorizando. O clube deve compreender o valor comercial de sua presença digital; a entidade de administração deve coordenar a competição como produto esportivo e cultural, e a entidade representativa dos atletas deve prestar contas, repassar valores de forma clara e assegurar que a autorização coletiva não se transforme em uma nova forma de exploração ou apagamento do próprio jogador.

Futebol brasileiro em vitrine global

O tema voltou ao centro do debate porque o cenário começou a mudar, especialmente após o anúncio, em fevereiro, de acordo entre CBF e Konami para trazer de volta a licença da Série A do Campeonato Brasileiro ao *eFootball*. Embora relevante, pois recoloca a competição brasileira em uma vitrine global, o movimento exige cautela, pois licenciar a competição, seus sinais visuais, sua identidade institucional, seus escudos e uniformes não resolve automaticamente o uso da imagem individual de cada atleta. A camisa pode voltar antes do rosto, o escudo pode aparecer antes do nome verdadeiro e a competição pode estar presente antes de seus protagonistas reais.

Outro fato importante ocorreu em maio, quando a Fenapaf (Federação Nacional dos Atletas Profissionais de Futebol) retornou à Fifpro (Fédération Internationale des Associations de Footballeurs Professionnels) como observadora especial, reinserindo a representação brasileira dos atletas em uma rede internacional de sindicatos de jogadores. Pode ser um movimento decisivo se vier acompanhado de autorizações expressas, modelo transparente de arrecadação e repasse, diálogo efetivo com clubes e CBF, além de uma governança capaz de gerar confiança nos próprios atletas. Estes precisam enxergar no sistema não uma perda de controle de imagem, mas uma forma organizada de valorizá-la.

Também merece registro a aproximação da CBF com a EA Sports FC, especialmente em relação à Seleção Brasileira. A parceria anunciada durante a Gamescom e a divulgação de atualização do EA Sports FC 26 com torneios internacionais e presença de seleções nacionais — inclusive com referência ao Brasil — demonstram que existe interesse comercial relevante no futebol brasileiro. Mas, no caso dos clubes e atletas do Brasileirão, ainda falta organização jurídica suficiente para transformar interesse de mercado em contrato viável, seguro e duradouro.

É nesse ponto que aparece a dimensão humana do problema. Quando um menino brasileiro liga o videogame e não encontra seu clube com jogadores reais, ele não está apenas diante de uma falha de licenciamento, mas diante de uma perda simbólica. O futebol que ele vê no estádio, na televisão, nas redes sociais e na rua não é o mesmo que aparece na tela. Grandes clubes europeus surgem com rosto, nome, expressão e identidade, ao passo que Flamengo, Palmeiras, Corinthians, Internacional, Vasco da Gama, Santos e tantos outros gigantes brasileiros aparecem sem alma humana.

Custo cultural com times brasileiros sem alma humana

Essa ausência tem custo cultural, porque o futebol moderno disputa atenção com séries, redes sociais, influenciadores, jogos, transmissões curtas e novas formas de entretenimento. Estar bem representado nos jogos eletrônicos significa dialogar com uma geração que talvez conheça primeiro o atleta pela tela para depois acompanhá-lo no estádio.

Há também evidente impacto econômico, pois um jogador brasileiro representado fielmente em um jogo global ganha exposição, reconhecimento e valor de mercado. Por sua vez, um clube licenciado de forma completa fortalece sua marca internacional, enquanto uma liga organizada digitalmente cria nova fonte de receita. Não é dizer que os jogos eletrônicos



salvarão as finanças do futebol nacional, mas de reconhecer que ignorar esse mercado significa desperdiçar um ativo que outras ligas já aprenderam a explorar com inteligência, estratégia e segurança jurídica.

A solução mais adequada parece estar na criação de um modelo de licenciamento coletivo por adesão expressa, pelo qual o atleta autorize, de maneira clara e consciente, que determinada entidade representativa negocie o uso de sua imagem exclusivamente em jogos eletrônicos de futebol e produtos digitais esportivos correlatos. Um contrato com previsão de prazo, finalidade, possibilidade de revogação, critério de remuneração, auditoria independente e prestação de contas, permitindo que o direito continue pertencendo ao jogador, mas possa ser exercido de modo coletivo, eficiente e juridicamente seguro.

Esse modelo respeita o artigo 87-A da Lei Pelé porque mantém a natureza civil da cessão de imagem; respeita a Constituição porque preserva o direito fundamental à imagem; respeita a Lei Geral do Esporte porque promove eficiência, transparência, integridade e identidade nacional, e também respeita o mercado porque oferece às empresas de jogos uma cadeia de direitos mais clara, menos litigiosa e mais previsível, reduzindo o risco de disputas futuras e permitindo que o futebol brasileiro seja representado com fidelidade.

Brasil não pode ser invisível no ambiente digital

A grande controvérsia, portanto, não está entre atleta e tecnologia, nem entre lei e inovação, mas entre imprevisto e organização. O Brasil possui talento, torcida, clubes, campeonato, narrativa, mercado consumidor e relevância histórica. Falta transformar todos esses elementos em uma estrutura jurídica moderna, capaz de permitir que o país deixe de ser parcialmente invisível nos jogos de futebol mais populares do planeta e passe a ocupar, também no ambiente digital, o lugar que já ocupa na memória afetiva e esportiva do mundo.

O futuro, nesse cenário, já começa a ser construído, especialmente porque a CBF tem demonstrado atenção ao tema e vem se movimentando institucionalmente para recolocar o futebol brasileiro em posição de maior protagonismo no ambiente digital. Isso representa um passo relevante e positivo dentro de um processo que naturalmente exige diálogo com clubes, sindicatos, atletas e empresas.

À medida que essa solução segura, transparente e juridicamente equilibrada avance, o Brasileirão poderá voltar às telas com sua força real, com nomes, rostos e histórias verdadeiras. Para que essa retomada não seja apenas uma conquista dos jogadores de videogame, mas também uma afirmação do Direito Desportivo, da economia do futebol, da identidade brasileira e, sobretudo, dos próprios atletas, que poderão ser vistos no ambiente digital com a mesma dignidade com que constroem sua história nos gramados.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2026-jun-21/games-onde-o-brasileirao-e-invisivel/>