PROJETO DE LEI N.º ___, DE 2013
(Do Senhor OTAVIO LEITE)

Dispõe sobre pagamento de *royalties* pela entidade que represente o Brasil em competições futebolísticas internacionais e define procedimento seletivo para escolha da titularidade da representação do Estado Brasileiro.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - A instituição que exerça a titularidade da representação da nação e do estado brasileiro, perante os fóruns e organizações futebolísticas internacionais, tais como FIFA – Fédération Internationale de Football Association e CONMEBOL – Confederação Sul-Americana de Futebol, recolherá ao tesouro nacional, conforme disposto em regulamento, o percentual de 40% do produto de suas receitas publicitárias, a título de *Royalties* pelo uso exclusivo e comercial da marca Brasil.

Art. 2º - A definição da instituição que disporá e usufruirá das prerrogativas aludidas no artigo anterior se dará mediante procedimento seletivo que se dará ao nível da Presidência da República.

Art. 3º - Todas as contas de gestão, incluindo os contratos e despesas da instituição que represente o país no concerto futebolístico internacional, deverão ser públicas e disponibilizadas para livre consulta em sítio na internet específico.

Art. 4º - O Tribunal de Contas da União deverá, a qualquer tempo, proceder à tomada de contas, e/ou auditagem específica na gestão e na execução orçamentária da instituição que trata a presente lei, quando solicitado pelo Poder Executivo ou por membro do Poder Legislativo.

Art. 5º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Indiscutivelmente, a titularidade do status de **representação oficial do Estado Brasileiro** constitui-se em insofismável *múnus público*. Em tese, trata-se de desígnio que emana do poder público ou da lei e que é exercido em proveito da sociedade, obrigando o titular, em sua *práxis,* a certos encargos em benefício da coletividade ou da ordem social.

Há um curioso exercício macro econômico aponta um cálculo matemático que leva em conta dados como exportações, governança e turismo de cada país. Nele, a marca Brasil foi avaliada em US$ 255 bilhões, 22ª no rankin do ano de 2011. A lista é liderada pelos Estados Unidos, cuja marca vale US$ 19,7 trilhões. A marca China é a nona colocada (US$ 1,1 trilhão), a Rússia a 12ª e a Índia a 17ª.

O estudo é feito pelo especialista britânico em marcas Simon Anholt, consultor da Organização das Nações Unidas (ONU) e seu levantamento é usado, por exemplo, para assessorar países a corrigir problemas que afetam seu crescimento e também, serve de balizamento para investidores.

Óbvio: **a marca Brasil tem incomensurável valor**. Aplicando-se, pois, esse conceito ao mundo da **nossa paixão maior – o futebol** –, fica explicito o porquê de, em torno da seleção brasiliera, serem efetuados **milionários contratos**. Em todas as "direções". Ocorre que, além dessas **contas serem fechadas** – e notoriamente passíveis de questionamentos – em nada de se retribui ao tesouro nacional.

Na prática, hoje, essa dimensão econômica é exercida pela Confederação Brasileira de Futebol – **CBF,** que por sua vez, **movimenta gigantescas somas de dinheiro** ao negociar patrocínios financeiros diretamente no mercado.

Desse modo, a presente proposição visa **assegurar a retribuição ao País** do uso da marca Brasil nos grandes eventos nacionais e internacionais de futebol.

Ainda, também é **absolutamente necessário** que a instituição que venha a dispor destas prerrogativas seja **definida e escolhida** mediante procedimento seletivo diretamente na **Presidência da República**.

Em suma, a rigor, estamos falando **de delegação estatal para o uso fruto de um ente privado**, o que portanto impõem essas medidas acautelatórias do interesse público.

Pelo exposto, e devido relevância do tema conto com o valioso apoio dos nobres pares para aprovação do Projeto de Lei.

Sala das sessões, ____ de abril de 2013.

Deputado **OTAVIO LEITE**
PSDB/RJ