

Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación

Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019

PARTE A: DEFINICIONES

«**Actividad de prensa de la FIFA o el COL**»: todas las actividades de prensa, como ruedas de prensa o entrevistas, que tengan lugar en los estadios de la competición o en las instalaciones oficiales de entrenamiento, independientemente de su organizador, así como las ruedas de prensa o entrevistas operadas o supervisadas por la FIFA o el COL, independientemente de dónde tenga lugar dicha actividad.

«**Actividad de prensa de la FMP**»: cualquier actividad de prensa, como ruedas de prensa o entrevistas, realizada por o en nombre de la federación miembro participante, pero sin ser una actividad de prensa oficial de la FIFA o el COL.

«**Acuerdo sobre asignación de entradas**»: convenio alcanzado por la FIFA con cada una de las federaciones miembro participantes que i) especifica la asignación de entradas para la competición, y ii) establece las condiciones que las federaciones miembro participantes y sus invitados deben acatar sobre el uso y distribución de entradas de cortesía y para la venta, asignadas por la FIFA a las federaciones miembro participantes para la competición.

«**Afiliado comercial**»: entidad a la que la FIFA o cualquier mandatario de esta concede derechos de patrocinio vinculados a, entre otros, la competición, a saber: socios FIFA, promotores nacionales y licenciatarios de marca. El término «afiliados comerciales» excluye a los licenciatarios de los derechos audiovisuales.

«**Afiliado de la FMP**»: afiliados comerciales de las federaciones miembro participantes, incluyendo sus afiliadas, licenciatarios, agentes, patrocinadores, socio de marketing, de prensa u otros socios comerciales, designados directa o indirectamente por la correspondiente federación miembro participante o su representante.

«**Archivo de la FIFA**»: el archivo de la FIFA que contiene material fotográfico y de vídeo de las competiciones pasadas de la FIFA (incluidas las competiciones preliminares), así como de otros eventos que fueron organizados o auspiciados por la FIFA. FIFA Films se encarga de la gestión de este archivo.

«**COL**»: el Comité Organizador de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019.

«**Competición**»: la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019 organizada bajo los auspicios de la FIFA.

«**Confederación**»: confederaciones reconocidas por la FIFA, a saber: la AFC, la CAF, la Concacaf, la CONMEBOL, la UEFA y la OFC.

«**Delegación**»: de manera colectiva, todos los miembros de la delegación de la federación miembro participante.

«**Derechos audiovisuales en soporte físico**»: aquellos derechos de exhibir, explotar o distribuir todo tipo de material, ya sea solo de audio, de imágenes fijas o solamente en movimiento, material audiovisual, de texto y de datos (incluidas las principales señales, como la señal internacional continua de televisión,

señales múltiples, señales adicionales, cobertura unilateral, material de archivo, señales de audio y comentarios) de la competición y las ceremonias (o parte de ellas) vinculadas a la competición por medio de cualquier tipo de dispositivo magnético, electrónico o digital de almacenamiento, como, por ejemplo, DVD, VHS o CD-ROM.

«**Derechos audiovisuales**»: derecho a informar, grabar, transmitir o explotar de otra manera imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos por cualquier medio, conocido o por desarrollar o inventar, cualquier aspecto o elemento de la competición que tenga lugar en cualquiera de los recintos y localizaciones de la competición, en directo o diferido y por cualquier medio de transmisión, conocido en la actualidad (incluidas las tecnologías sucesoras) o inventado posteriormente. Para evitar dudas, el derecho a emitir o retransmitir la señal básica audiovisual (o señal suplementaria) y el derecho a transmitir los comentarios radiofónicos de cualquier partido de la competición constituyen derechos audiovisuales. Los derechos audiovisuales incluyen el derecho a grabar, crear y explotar la película oficial de la competición o productos y programación audiovisual similares, e incluyen los derechos audiovisuales en soporte fijo, los de exhibición pública y los de proyección en vuelo.

«**Derechos de exhibición pública**»: i) todos los derechos de emisión, a través de cualquier medio, de imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, textos y datos de la competición o las ceremonias vinculadas a la competición (o cualquiera de sus partes), para la exhibición y recepción inteligible por parte del público en salas de cine, bares, restaurantes, estadios, oficinas, espacios en construcción, plataformas petroleras, embarcaciones, autobuses, trenes, cuarteles militares, centros educativos, hospitales y cualquier otro lugar público; ii) todos los derechos de organizar y albergar un evento en el que el público pueda ver o escuchar esa emisión (independientemente de si tal exhibición esté abierta al público), y iii) todos los derechos para explotar oportunidades comerciales (incluidos, entre otros, venta de entradas, patrocinio, venta de artículos, emisiones patrocinadas y oportunidades para proveedores) que provengan de tales eventos o estén relacionadas con ellos, con la emisión o la exhibición. Para que no haya lugar a dudas, los derechos de exhibición pública excluyen los derechos de proyección en vuelo.

«**Derechos de marketing**»: en todos y cada uno de los medios de comunicación, derechos publicitarios, promocionales, de autorización, de asociación, derechos de prima y obsequios, de marketing, de comercialización y concesión de licencias, derechos de concesiones, de patrocinio, de hospitalidad, de viaje y turismo, derechos sobre las entradas, derechos de alojamiento, de publicación, derechos de apuestas o juegos, derechos de venta al por menor, derechos musicales y cualquier otro derecho y oportunidad comercial asociados a la competición en la medida en que tales derechos no se consideren derechos audiovisuales.

«**Derechos de proyección en embarcaciones**»: i) todos los derechos para transmitir o exhibir, a través de cualquier medio, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos de las ceremonias o la competición o vinculada a estas últimas, en directo o diferido, para su recepción o exhibición en embarcaciones cuando se hallan en aguas internacionales, es decir, en mar abierto y aguas internacionales que a) estén fuera de las aguas territoriales de un país, b) estén fuera de la jurisdicción de un país y c) se consideren como tal de acuerdo con la legislación marítima internacional; y ii) todos los derechos para explotar cualquiera de las oportunidades comerciales (incluidas, por ejemplo, la emisión patrocinada y la publicidad durante la emisión) provenientes de dicha retransmisión y exhibición o vinculadas a ellas.

«**Derechos de proyección en vuelo**»: i) todos los derechos para transmitir o exhibir, a través de cualquier medio o plataforma, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos de las ceremonias o la competición o vinculado a estas últimas, en directo o diferido, para su recepción o exhibición a través del sistema de entretenimiento a bordo en todos los aviones del mundo; así como ii) todos los derechos para explotar las oportunidades comerciales (incluidas, por ejemplo, la emisión

patrocinada y la publicidad durante la emisión) provenientes de dicha retransmisión y exhibición o vinculadas a ellas.

«**Día de partido**»: días naturales durante el periodo de la competición en los que se haya programado un partido que disputarán dos equipos participantes.

«**Dispositivo móvil**»: aparato inalámbrico, existente o por inventar, i) diseñado o adaptado para funcionar mientras el usuario está en movimiento; ii) capaz de recibir claramente material sonoro, visual, fijo o en movimiento o material audiovisual inteligible, y iii) concebido para llevar en la mano o instalarlo en un vehículo, pero con excepción expresa de televisores, ya sea portátil o instalado en un vehículo, que no dispongan de conexión telefónica o algún otro sistema de comunicación bidireccional.

«**Equipamiento especial**»: material que no forma parte del uniforme.

«**Equipamiento**»: todas las prendas y artículos que figuren en el anexo A del reglamento de equipamiento, incluido el material deportivo, el equipamiento especial y otro tipo de elementos.

«**Estadio de la competición**»: recinto en el que se disputan partidos de la competición, se incluyen todas las zonas dentro del perímetro externo de seguridad del estadio.

«**Fase preliminar**»: la fase de clasificación continental e intercontinental (p. ej. las eliminatorias entre las selecciones que participan en la fase preliminar de las diversas confederaciones, si procede) de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019, incluye a las selecciones de todas las federaciones miembro inscritas para disputar la fase preliminar. Al término de la competición preliminar, unas selecciones se habrán clasificado para la competición y otras habrán sido eliminadas. De conformidad con el reglamento de la competición, las confederaciones se encargan de organizar la competición preliminar.

«**Federación miembro anfitriona**»: la Asociación Paraguaya de Fútbol, que ha sido nombrada por la FIFA para organizar, albergar y celebrar la competición. Como tal, la federación miembro anfitriona está clasificada automáticamente como selección participante en la competición y representa a una de las dieciséis (16) federaciones miembro participantes.

«**Federación miembro participante (FMP)**»: cualquiera de las dieciséis (16) federaciones miembro cuyas selecciones se han clasificado para la competición en calidad de selección participante.

«**Federación miembro**»: cualquier federación nacional de fútbol afiliada a la FIFA, independientemente de si su selección participa o no en la competición.

«**FIFA Films**»: el departamento de la Subdivisión de Televisión de la FIFA que nombra equipos de FIFA TV (junto con la emisora anfitriona nombrada por la FIFA) para recopilar imágenes fijas o en movimiento durante el periodo de la competición en cada estadio de la competición, en las instalaciones oficiales de entrenamiento y en los hoteles de concentración, con fines multilaterales de la FIFA y sus titulares de los derechos audiovisuales.

«**Hotel de concentración**»: hotel oficial (incluido el terreno del hotel), como la base operativa, el hotel de concentración en la sede o cualquier otro hotel de la FIFA en que se aloje una selección participante durante la competición.

«**Instalación oficial de entrenamiento**»: campos de entrenamiento que la FIFA o el COL ponen a disposición de las federaciones miembro participantes para que las selecciones los utilicen para entrenar; se incluyen aquí todas las instalaciones que se encuentren en el campo de entrenamiento o adyacentes a él, pero se excluyen específicamente los estadios de la competición.

«**Invitados de la FMP**»: representantes, personal, familiares, acompañantes, afiliados de la federación miembro participante o terceros contratados por esta, invitados privados, o cualquier otra persona o entidad para las cuales la federación miembro participante destine entradas para la competición.

«**Logotipo compuesto**»: logotipo en el que figuran el emblema oficial de la competición y el emblema de la federación miembro participante.

«**Marcas de la competición**»: las siguientes marcas (en todos los idiomas):

- la marca de texto «Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019» (incluido el equivalente en todos los idiomas) y cualquier variación del mismo, ya sea registrada o que pueda registrarse;
- la marca de texto «Copa Mundial» (incluido el equivalente en todos los idiomas);
- el emblema oficial de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019, que diseñará y publicará la FIFA tras promulgar el presente reglamento;
- la mascota oficial de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019 y el nombre de la mascota oficial (si procede), que diseñará y publicará la FIFA tras promulgar el presente reglamento;
- el trofeo, cuya imagen se incluye en el apéndice adjunto a título informativo;
- el cartel oficial de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019, que diseñará y publicará la FIFA (si procede) tras promulgar el presente reglamento;
- el nombre de la competición (tal y como se define en este apartado).

«**Marcas de la FMP**»: todo símbolo, emblema, logotipo, marca o designación propiedad de la federación miembro participante, incluida su traducción y variación de la misma, independientemente de que esté ya registrada o pueda registrarse en un futuro.

«**Medio digital**»: todas aquellas plataformas y medios digitales que usan o facilitan el tráfico de contenido digital (ya sea contenido existente o creado, elaborado y desarrollado ex profeso), de acceso al público general o restringido, con fines personales o comerciales, como son, entre otros, las plataformas o los medios presentes en internet, computadoras/ordenadores, dispositivos móviles y toda tecnología, red o plataforma digital que permitan distribuir, divulgar o comunicar información o cuenten con otras funciones, como las redes y plataformas sociales Facebook, Twitter, Google+, YouTube, flickr, etc. o *blogs*, páginas web, aplicaciones móviles y similares herramientas de comunicación.

«**Miembro de la delegación**»: los jugadores, entrenadores, directores técnicos, oficiales, representantes de prensa, representantes e invitados de una federación miembro participante

«**Nombre de la competición**» el siguiente nombre oficial de la competición: la marca de texto «Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019» (incluido el equivalente en todos los idiomas).

«**Oficiales de la FIFA**»: en su conjunto i) empleados de la FIFA y resto de oficiales y personas designadas con acreditación de la FIFA; ii) personal del COL y demás oficiales del COL; iii) todos los colegiados designados para los partidos, tales como árbitros, asistentes, cuartos y quintos árbitros y todos los asistentes adicionales, y iv) toda persona que forme parte de la delegación de la FIFA o el COL.

«**Partidos de la competición**»: los treinta y dos (32) partidos de fútbol que se disputarán en la competición.

«**Periodo de la competición**»: espacio de tiempo comprendido entre los cinco (5) días previos al primer partido de la competición de la selección participante y los siete (7) días posteriores a la final.

«**Plataforma digital de la FMP**»: medios digitales utilizados u operados por una FMP directamente o mediante una representación.

«**Promotor nacional**»: entidades a las que la FIFA cede un paquete publicitario, derechos promocionales y de marketing relacionados con una competición de fútbol organizada o auspiciada por la FIFA, en cuyo caso tales derechos solo pueden ejercerse en el territorio anfitrión de la competición.

«**Publicidad parasitaria**»: (*ambush marketing*): intentos por parte de entidades, sin la debida autorización, de asociarse comercialmente con la competición misma, o de explotar el fondo de comercio y la publicidad generados por la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019 o la FIFA, de manera que no autorizada por esta.

«**Reglamento de equipamiento**»: el Reglamento de Equipamiento de la FIFA en vigor, aprobado por el Comité Ejecutivo de la FIFA y sujeto a posibles modificaciones periódicas por parte de la FIFA.

«**Reglamento de la competición**»: el «Reglamento de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019», tal como ha sido promulgado por la FIFA, constituye el reglamento vinculante de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019 que regula los derechos, deberes y responsabilidades de todas las federaciones miembro participantes en la competición o en la fase preliminar.

«**Réplica del trofeo**»: copia prácticamente exacta del trofeo.

«**Selección participante**» cualquiera de los equipos que representan a una federación miembro participante durante la competición.

«**Socio FIFA**»: todas aquellas entidades a las que la FIFA concede el paquete más completo de publicidad mundial y derechos promocionales y de marketing relacionados con la FIFA, sus actividades y los torneos organizados o auspiciados por la FIFA, incluida esta competición. Los socios FIFA tienen el nivel más alto de asociación comercial con la FIFA y las competiciones de fútbol organizadas o auspiciadas por este organismo.

«**Territorio de la competición**»: el territorio de Paraguay.

«**Trofeo**»: galardón original que la FIFA entregará al ganador de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019, cuya imagen se incluye en el apéndice adjunto a título informativo.

«**Uniforme**»: conjunto de todas las prendas (camisetas, pantalón corto y medias) que llevan los jugadores y suplentes de las selecciones participantes durante un partido de la competición.

«**Zona controlada**»: una de las siguientes zonas:

- i) un estadio de la competición;
- ii) las instalaciones oficiales de entrenamiento;
- iii) todos los hoteles del equipo y hoteles de la FIFA;
- iv) todas las conferencias de prensa o entrevistas oficiales de la FIFA o el COL;
- v) los recintos donde se celebren otros actos oficiales (como el banquete de la FIFA);
- vi) el Centro Internacional de Comunicaciones o el Centro Internacional de Coordinación de Comunicaciones (según la magnitud confirmada por la FIFA antes de la competición);
- vii) los centros de acreditación; y

- viii) aquellas áreas en las que se exija la acreditación oficial de la competición para permitir el acceso (incluidos, entre otros, los vestuarios, la gradería, las zonas mixtas, las salas de entrevistas, los centros de prensa y televisión, y las salas VIP) y los recintos de recepciones oficiales de la FIFA o el COL relacionadas con la competición, ruedas de prensa y diversos actos con la prensa.

PARTE B: EN GENERAL

1. PROPIEDAD Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS

1.1. Propiedad de los derechos. De conformidad con el reglamento de la competición, al enviar el formulario oficial de inscripción completado para la competición a la Secretaría General de la FIFA, las federaciones miembro participantes reconocen que, según los términos y las condiciones establecidos en este Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación, la FIFA, como fundadora de esta competición y órgano rector del fútbol asociación, así como de conformidad con sus contribuciones, funciones y responsabilidades organizativas, logísticas y económicas en relación con la competición, incluidos todos los partidos de la competición y eventos secundarios relacionados con la competición, es la propietaria y controla de forma única y exclusiva en el ámbito mundial, todos los derechos audiovisuales, de marketing, de propiedad intelectual y todos aquellos derechos y oportunidades comerciales (incluidos títulos e intereses en la competición o una parte de ella), que existan o se creen en el futuro.

1.2. Colaboración de las federaciones miembro participantes. Por regla general, todas las FMP deberán acatar rigurosamente los términos y condiciones que establece el Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación en relación con la participación de su selección en la competición. Las FMP también serán enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones, sus afiliados y cualquier otra parte contractual cumplan íntegramente este reglamento y, por tanto, deberán informar inmediatamente a los miembros de sus delegaciones, a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual sobre el contenido del presente reglamento. Asimismo, las FMP deberán solicitar a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual que cumplan íntegramente los términos y condiciones de este reglamento. Las federaciones miembro participantes indemnizarán, defenderán y exonerarán de responsabilidad a la FIFA, al COL, así como a sus oficiales, directores, empleados, representantes, agentes o cualquier otra persona colaboradora, ante cualquier responsabilidad civil, obligación, pérdida, daño, sanción, queja, acción, multa o gasto (incluidos los gastos razonables de las costas procesales) de cualquier tipo o naturaleza que resulte, se desprenda o se atribuya al incumplimiento de este reglamento por parte de las federaciones miembro participantes, su delegación, sus afiliados y cualquier otra parte contractual de las federaciones miembro participantes.

1.3. Principio básico. **Ningún tercero que no haya sido autorizado por la FIFA podrá emprender una actividad, a excepción de las permitidas en este reglamento, que pueda dar lugar a cualquier tipo de asociación entre dicho tercero y la competición o la FIFA, o que explote directa o indirectamente el fondo de comercio asociado a la competición, a la FIFA o a la competición preliminar, si dicha competición preliminar no la organiza una confederación en forma de campeonato continental sino en forma de competición creada exclusivamente para establecer los participantes de cada confederación en la competición.**

Toda federación miembro participante deberá comunicar a la FIFA, inmediatamente después de que sea de su conocimiento y por escrito, cualquier infracción en el cumplimiento de este reglamento.

1.4. Transferencia de los derechos. En caso de que, debido a la legislación local o nacional, o a ciertas disposiciones, una confederación de la FIFA o una federación miembro participante (en virtud de albergar u organizar cualquier partido de la competición, en el caso de la federación miembro anfitriona, o en virtud de participar en cualquier partido de la competición o por cualquier otro motivo) resulte ser propietaria de alguno de los derechos relacionados con la competición, con partidos de esta o con eventos secundarios de la misma, o tenga el control sobre

dichos derechos, la confederación respectiva, la federación miembro anfitriona u otra federación miembro participante cederá o transferirá incondicionalmente a la FIFA todos los derechos mencionados para su libre explotación, gratuitamente y a perpetuidad, y renunciará a toda reclamación relativa a ejercer o explotar dichos derechos o a cederlos a terceros para que los ejerzan.

1.5. Marcas de la FMP. A fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, según los términos y condiciones establecidas más adelante, cada federación miembro participante cede a la FIFA el derecho de utilizar o sublicenciar el derecho a usar, a perpetuidad y gratuitamente, cualquiera de las marcas de la FMP, así como las representaciones visuales del uniforme y uniformes relacionados con la participación de la FMP en la competición.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales marcas de la FMP y las representaciones visuales del uniforme y uniformes será exclusivo respecto a la filmación, grabación y emisión de los partidos de la competición por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales marcas de la FMP y las representaciones visuales del uniforme y uniformes no será exclusivo por lo que respecta a otros usos, ya sea en relación con la promoción de la competición, las publicaciones electrónicas o impresas, los videojuegos, los productos y servicios para los medios de comunicación, la comercialización, los productos filatélicos y numismáticos o cualquier otro producto.

En ningún caso solicitará la FIFA cambios o modificaciones a la versión oficial de las marcas de las FMP tal y como establezcan estas y no utilizará sus marcas de ninguna manera que

- i) suponga que alguna FMP promocióne un producto o marca de alguna entidad comercial, incluidos los afiliados comerciales;
- ii) sea engañosa o confusa;
- iii) comprometa o difame el buen nombre de la FMP, su fondo de comercio o su reputación, o atente contra su imparcialidad política o religiosa o dañe su imagen; o
- iv) pueda representar una amenaza o imponga límites a sus intereses en relación con los intereses de propiedad de la federación miembro participante en su propia marca.

Con la sola excepción del uso por parte de la FIFA de las marcas de la FMP para meros fines editoriales en cualquier forma, la FIFA

- v) no podrá utilizar las marcas de la FMP por sí solas y siempre deberá utilizar cualquier marca o logotipo de la FMP junto con las marcas o logotipos de un mínimo de otras tres (3) marcas de la FMP o una marca de la competición; y
- vi) garantizará que ninguna marca de una sola FMP predomine sobre cualquier otra marca de otra FMP en los artículos comerciales oficiales o en el material promocional.

1.6. Colaboración y consentimiento de las delegaciones. A fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, las FMP i) deberán garantizar que todos los miembros de la delegación participen en una fotografía y un vídeo de la FIFA (de conformidad con el resto de este apartado, fotografías e imágenes tomadas para uso o sublicencia de la FIFA) y ii) obtendrán la confirmación por escrito de cada uno de los miembros de la delegación sobre el derecho de la FIFA a usar o el derecho de esta a sublicenciar el derecho a usar cualquiera de las grabaciones, nombres, fotografías e imágenes, a perpetuidad y sin cargo alguno, incluida las imágenes fijas o en

movimiento de los miembros, que aparezcan o surjan en relación con la participación de los miembros de la delegación en ambas fases de la competición (incluidas, entre otras, las fotografías de los miembros de la delegación tomadas para su acreditación). La FIFA no podrá utilizar las grabaciones, nombres, fotografías e imágenes de los miembros de la delegación (incluida cualquier imagen fija o en movimiento de los mismos) de ninguna manera que pudiera implicar que la FMP o el miembro de la delegación promocionan los productos o marcas de entidades comerciales, incluidos los afiliados comerciales.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales grabaciones, nombres, fotografías e imágenes será exclusivo respecto a o en relación con la filmación, grabación y emisión de los partidos de la competición o de cualquier producto de los medios de comunicación relacionado con la competición o con la FIFA (p. ej.: la película oficial de la FIFA) por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales grabaciones, nombres, fotografías e imágenes no será exclusivo por lo que respecta a otros usos, ya sea en relación con la promoción de la competición, fines editoriales, independientemente de la forma de transmisión (incluidas, entre otras, las publicaciones electrónicas o impresas, señales televisivas, de banda ancha o telefonía móvil, presentaciones en pantalla gigante o imágenes descargables), videojuegos, productos y servicios sobre los medios, productos de mercadería, los productos filatélicos y numismáticos o cualquier otro producto, la promoción de los productos de los medios y la programación, salvo que la FIFA no pueda ejercer ninguno de tales derechos de manera que pudiera implicar que cualquier miembro de la delegación promociona los productos o marcas de cualquier entidad comercial, incluido cualquier afiliado comercial.

1.7. Colaboración con la prensa. Las federaciones miembro participantes deberán colaborar y garantizar que cada miembro de la delegación colabore, en la medida de lo posible, con la FIFA, los editores de FIFA.com designados por la FIFA y los periodistas acreditados en las actividades de prensa durante el periodo de la competición.

1.8. Futuras ediciones de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA. Con la finalidad de facilitar la explotación de futuras ediciones de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA, la FIFA podrá modificar el reglamento de comercialización y transmisión en relación con la explotación de estos derechos en futuras ediciones de la Copa Mundial Beach Soccer de la FIFA. Las federaciones miembro deberán garantizar en sus acuerdos con todos los afiliados de las FMP o con cualquier otra parte contractual de estas la aplicación necesaria de los derechos de marketing y los derechos audiovisuales estipulados por la FIFA en las ediciones futuras del Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación para la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA.

2. MARCAS DE LA COMPETICIÓN

2.1. Propiedad de las marcas de la competición. La FIFA es y seguirá siendo la única propietaria de todas las marcas de la competición y posee el derecho exclusivo de desarrollar marcas, logotipos y símbolos para la competición o relacionados con esta última (incluidas todas las fases de la competición).

2.2. Prohibición de desarrollar marcas competitivas. Para i) garantizar la uniformidad en «la imagen y el ambiente» de toda la competición, y ii) evitar tentativas de publicidad parasitaria relacionadas con la competición por parte de afiliados de las FMP, o de terceros, cada una de las FMP deberá garantizar que, ni ella misma, ni ninguno de los afiliados de las FMP, ni cualquier otra parte contractual de una FMP desarrolle, utilice, registre, adopte o cree alguna marca, logotipo o símbolo que haga referencia a la competición o a cualquier fase de la competición, o —en opinión de la FIFA— pueda crear una confusión por su similitud, o sea una imitación exacta, un derivado o compita deslealmente con las marcas de la competición.

En particular, todas las FMP se comprometen a abstenerse ellas mismas y garantizar que sus respectivos afiliados a las FMP y partes contractuales se abstengan del desarrollo, uso o registro de cualquier nombre, logotipo, marca registrada, marca impresa, nombre de marca, símbolo, marca de servicio o cualquier otra marca (esté o no registrada) o designación que pudiera razonablemente entenderse como una identificación con la FIFA, cualquier fase de la competición o el COL, incluidas las palabras «World Cup», «Mundial», «FIFA», «Coupe du Monde», «Copa do Mundo», «Copa del Mundo», «WM» o «Weltmeisterschaft» (o cualquier otro término empleado en cualquier idioma que, en opinión de la FIFA, pudiera identificarse con la competición o cualquier fase de la competición), o el desarrollo, uso o registro de cualquier fecha relacionada con el nombre del país anfitrión, sede o ciudad anfitriona de la competición, o cualquier sello de marca similar o derivado de tales términos o fechas en cualquier idioma.

2.3. Prohibición de oponerse a las marcas de la competición. Todas las FMP se comprometen a no oponerse y a velar por que ninguno de sus afiliados o parte contractual se oponga a las solicitudes de marca registrada o de derechos de autor (*copyright*) presentadas por la FIFA o por afiliados comerciales u otros afiliados autorizados por la FIFA, representantes o titulares de licencias con respecto a las marcas de la competición, o busquen la anulación de cualquiera de dichos registros cuyo titular sea la FIFA. Las FMP no podrán oponerse de ningún modo, ni solicitar ninguna clase de derechos de autor, marca registrada, protección de patente o registro de nombre de dominio con respecto a las marcas de la competición que pudiese perjudicar a los intereses de propiedad de la FIFA en las marcas de la competición. En caso de que un afiliado de una FMP o una de sus partes contractuales se oponga a alguna marca registrada o a una solicitud de protección de la propiedad intelectual presentada por la FIFA, o sus afiliados, representantes o titulares de licencias con respecto a las marcas de la competición, la FMP deberá garantizar que se adoptan todas las medidas que exija la FIFA para asegurar que la entidad en cuestión desista de inmediato de tal acción. Las disposiciones del presente art. 2.3 no serán de aplicación en caso de que una marca de la competición incluya un derecho de propiedad intelectual que pertenezca a una FMP (o afiliado de una FMP, o parte contractual) que haya sido inscrito antes de la publicación del presente reglamento.

3. PUBLICIDAD PARASITARIA Y OTRAS INFRACCIONES

3.1. Iniciativa contra infracciones. El valor comercial de la competición (y el valor de cualquier derecho comercial de la misma) puede disminuir considerablemente si un afiliado de una FMP o una parte contractual de la misma realizara actividades publicitarias parasitarias. La capacidad de la FIFA de apoyar económicamente a la competición puede verse considerablemente menguada por las actividades publicitarias parasitarias. Por consiguiente, las FMP deberán garantizar que sus afiliados o cualquier parte contractual i) no se asociarán (o intentarán asociarse) directa o indirectamente con la FIFA, la competición, o cualquier otra competición o evento organizado por, o bajo los auspicios de la FIFA o una confederación de la FIFA, ii) no explotarán el fondo de comercio de la competición, la FIFA, o cualquier otra competición o evento organizado por, o bajo los auspicios de la FIFA, y iii) cumplirán con las disposiciones de este reglamento sobre el uso de las marcas de la competición.

3.2. Notificación a las FMP. De acuerdo con la práctica habitual, la FIFA notificará a las FMP si alguno de sus afiliados o parte contractual de las federaciones miembro lleva a cabo una actividad que, en opinión de la FIFA, constituya una violación del presente reglamento, incluidas, entre otras, las siguientes infracciones:

- i) violar los derechos de propiedad intelectual de la FIFA; o

- ii) competir de manera no autorizada, participar en sorteos o en cualquier otra actividad publicitaria o promocional que incluya el uso, que pretenda aparentar la inclusión del uso o que pudiera entenderse que incluye el uso de entradas de la competición o que permite acceder a las instalaciones oficiales de entrenamiento;
- iii) infringir las restricciones en las actividades de los afiliados de las FMP o de las partes contractuales de la misma, tal y como se describe en este reglamento; o
- iv) cualquier otra actividad de publicidad parasitaria.

3.3. Ámbito de aplicación. Las disposiciones de los arts. 3.1 y 3.2 se aplicarán incluso si las actividades infractoras no están directamente relacionadas con el afiliado de la FMP o con la parte contractual de la federación miembro participante.

3.4. Cese de actividades de publicidad parásita. Tras la notificación por escrito de la FIFA de cualquier tipo de publicidad parasitaria o cualquier otra violación por parte de un afiliado de la FMP o de cualquier otra parte contractual, la FMP garantizará, adoptando todas las medidas que la FIFA exija, que el afiliado de la FMP o la parte contractual desista inmediatamente de la actividad infractora, y que dicho afiliado de la FMP o parte contractual se comprometa por escrito con la FIFA a cesar inmediatamente, desistir y no efectuar en el futuro ninguna actividad de publicidad parasitaria u otra violación de este reglamento. Esta disposición también se aplicará en el caso de que la actividad de publicidad parasitaria la dirija un afiliado de la FMP o cualquier parte contractual de la FMP o cualquiera de sus compañías o grupos afiliados.

3.5. Notificación por parte de las FMP. Las FMP deberán hacer todo lo que esté a su alcance para supervisar el mercado publicitario de sus países, y comprobar que no se llevan a cabo actividades de publicidad parasitaria; en caso de detectar semejante actividad, se notificará a la FIFA.

PARTE C: COMPETICIÓN

4. INTRODUCCIÓN

4.1. Vigencia del presente Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación. Este reglamento tiene vigencia durante todo el periodo de la competición en el territorio de la competición, incluidos los días de partido y los días en que no se disputen partidos.

5. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES

5.1. Derechos exclusivos de la FIFA. La FIFA posee el derecho único y exclusivo de explotar los derechos audiovisuales de la competición. Ni las federaciones miembro (incluidas las FMP y las que no participan), ni la federación miembro anfitriona, ni las confederaciones, ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar en todo o en parte los derechos audiovisuales de la competición en ningún momento antes, durante o después de esta.

5.2. Acceso a los equipos participantes. Con el fin de asistir a la FIFA con la documentación, la cobertura de la prensa y la promoción de la competición, las FMP deberán ayudar y garantizar que todos los miembros de la delegación ayuden en todo cuanto esté a su alcance, siempre dentro del cumplimiento de su cometido, a los equipos de grabación de FIFA Films o personas designadas. La FIFA trabajará con las selecciones participantes para garantizar la colaboración. Las FMP designarán a un miembro de la delegación como enlace entre el equipo y la FIFA.

Por el presente reglamento, las FMP garantizan a la FIFA, a sus oficiales o sus personas designadas, el derecho no exclusivo de acceder con carácter preferente, con la intención de realizar entrevistas a los miembros de su equipo y a todos los miembros de la delegación, siempre que lo soliciten la FIFA, sus oficiales o sus mandatarios. Las FMP garantizarán a la FIFA, sus oficiales o a sus personas designadas el libre acceso, en cualquier momento del periodo comprendido entre cinco (5) días antes del primer partido de la competición del equipo participante y doce (12) horas después de la final o del último partido del equipo participante en la competición, a cualquier zona del lugar donde el equipo participante se encuentre o esté entrenando y a cualquier zona en la que se celebre un partido de la competición, incluidos, entre otros, las instalaciones oficiales de entrenamiento, los hoteles de concentración y los centros de prensa de la federación miembro participante. En cuanto al acceso a los vestuarios de los equipos participantes en las instalaciones oficiales de entrenamiento y en los estadios de la competición, solo será posible mediante el permiso de los miembros de la delegación competentes, siempre y cuando prevalezcan los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación. Sin perjuicio de lo anterior, las FMP velarán por que los miembros de las delegaciones estén disponibles dentro o fuera de los vestuarios en las instalaciones oficiales de entrenamiento y en los estadios de la competición para entrevistas posteriores a las sesiones de entrenamiento o los partidos, si así lo solicitan de forma razonable la FIFA, sus oficiales, los equipos de grabación de FIFA TV o sus personas designadas.

Acceso a las selecciones participantes en las semifinales y la final

Sin menoscabo de cualquier restricción estipulada en el artículo 5.2 del presente reglamento, cada federación miembro participante ganadora de una semifinal y de la final de los partidos de la competición otorga el permiso al equipo de FIFA TV o a las personas designadas por este último para acceder a su vestuario y hacer una grabación de aproximadamente diez (10) minutos inmediatamente después de que los jugadores regresen del campo al acabar el partido.

5.3. Material oficial de FIFA TV. La FIFA posee el derecho único y exclusivo de producir, grabar, explotar y distribuir material audiovisual con fines comerciales o no comerciales, incluidos, entre otros, los documentales relacionados con la competición o la participación de una federación miembro en la competición, incluidos los equipos participantes y todos los miembros de la delegación.

Independientemente del derecho a hacer un uso no comercial de imágenes fijas o en movimiento de un partido de la competición de conformidad con un acuerdo con la FIFA, las FMP no producirán, explotarán ni distribuirán material audiovisual (de sonidos, imágenes fijas, imágenes en movimiento, datos o textos) relacionado con la FIFA, la competición o las ceremonias vinculadas con la competición, o la participación de una FMP en la competición, incluidos sus equipos participantes y todos los miembros de la delegación, y garantizará que ningún miembro de la delegación o un tercero lo haga, ya sea con fines comerciales o no comerciales, sin previa aprobación por escrito de la FIFA. En tal caso, antes de la reunión informativa con las selecciones que la FIFA organiza antes de la competición, la FMP deberá informar a la FIFA por escrito y con detalles de proyectos, planes e iniciativas para su estudio y aprobación, si corresponde. Dado el caso, la aprobación deberá realizarse por escrito.

A su debido tiempo, antes de la competición, la FIFA publicará las directrices relativas a la producción por parte de los miembros de la delegación de material fílmico.

6. **EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE MARKETING**

6.1. Derechos exclusivos de la FIFA. La FIFA posee el derecho exclusivo y universal de explotar todos los derechos de marketing relativos a la competición. Ni las federaciones miembro (incluidas las FMP y las que no participan), ni la federación miembro anfitriona, ni las confederaciones, ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar los derechos de marketing o partes de los mismos relacionados con la competición en ningún momento antes, durante o después del periodo de la competición.

7. **EQUIPAMIENTO, OTRO TIPO DE MATERIAL Y BEBIDAS EN ZONAS CONTROLADAS**

7.1. Reglamento de Equipamiento. Las FMP deberán cumplir con el Reglamento de Equipamiento durante el periodo de la competición. De conformidad con el art. 74 del Reglamento de Equipamiento publicado el jueves, 1 de octubre de 2015 o como estipule cualquier versión revisada de dicho reglamento, en caso de que haya discrepancias entre el presente reglamento y el Reglamento de Equipamiento, el primero prevalecerá sobre el segundo y, en tal caso, este se considerará enmendado. De conformidad con el principio de «ausencia de publicidad» en todas las competiciones de la FIFA, las siguientes disposiciones adicionales se aplicarán al equipamiento en las zonas controladas (incluidos los vestuarios y espacios a los que tengan acceso solo los equipos) durante el periodo de la competición:

- i) Equipamiento. Se considera que toda restricción en el Reglamento de Equipamiento se aplicará también a los accesorios y artículos especiales del equipamiento como los que se usan debajo del uniforme, así como otros artículos y accesorios que se usan en lugar de este, como camisetas y accesorios usados en las celebraciones o mostrados por un miembro de la delegación en el transcurso o al término de los partidos de la competición.
- ii) Bolsas deportivas y otros artículos. Ninguna de las bolsas y los otros artículos que los miembros de la delegación utilicen, o que les pertenezcan, y que se encuentren en los estadios de la competición (tanto a ras de suelo como en las gradas, o en las zonas de prensa o en la zona mixta) en día de partido o en los que no se dispute partido alguno, podrá lucir marcas excepto i) el emblema de la FMP (de acuerdo con los términos y condiciones del Reglamento de Equipamiento aplicables) y ii) el logotipo del fabricante.

Fabricante: El tamaño máximo del logotipo del fabricante deberá ser de 25cm². No se permitirá más de un logotipo del fabricante en dichas bolsas o los otros artículos.

- iii) Prendas formales. La indumentaria formal (p. ej. corbatas, trajes o camisas) que lleven los miembros de la delegación dentro de las zonas controladas no tendrá ninguna marca de terceros (ni comercial ni del fabricante, ya sea cosida o fijada por separado) que no sea el emblema de la FMP. Se aplicará la misma restricción tanto a la indumentaria formal como a los artículos especiales del equipamiento, si el atuendo formal se lleva junto con artículos especiales del equipamiento.
- iv) Aprobación de material por parte de la FIFA. El Reglamento de Equipamiento estipula que las FMP deberán enviar a la FIFA una muestra de todos los elementos que conformen el equipamiento para su aprobación. Las FMP enviarán a la FIFA para su aprobación una (1) muestra de todos los elementos de equipamiento que usarán los miembros de la delegación dentro de las zonas controladas durante el periodo de la competición, a saber, todos los uniformes, el equipamiento especial y las prendas que se usen en lugar del uniforme (incluido todo aquello que se pueda usar en una

celebración), junto con la indumentaria formal completa. La FIFA comunicará a las FMP el plazo para el envío de dichas prendas.

7.2. Publicidad en el equipamiento. A menos que se permita expresamente en el Reglamento de Equipamiento o en el presente reglamento, está prohibido que los miembros de la delegación exhiban

- i) mensaje o eslóganes comerciales, políticos, religiosos o personales en cualquier idioma;
- ii) marcas comerciales;
- iii) marcas o nombres de los fabricantes de cualquier tipo

en el uniforme, equipamiento especial y en otros artículos, en la indumentaria formal, las prendas que se vistan en lugar del uniforme, así como otros artículos (tales como, entre otros, las bolsas de equipamiento, las bolsas para balones, los guantes del guardameta, los recipientes de bebidas y los maletines médicos) o en su persona, durante el tiempo que permanezcan en la zona controlada en los días de partido (es decir, las FMP que disputen el partido en cuestión) y en los días en que no se disputen partidos. Esta disposición incluye todos los artículos personales (incluidos sombreros, bolsas y equipaje) que estén en posesión o sean utilizados por miembros de la delegación.

7.3. Equipamiento de niños y niñas recogepeletas, acompañantes y abanderados. Durante los partidos de la fase final del Mundial, y sin perjuicio del art. 59 del Reglamento de Equipamiento, los niños y niñas recogepeletas, los acompañantes de los futbolistas y los abanderados podrán lucir en su uniforme marcas aprobadas por la FIFA de afiliados comerciales.

7.4. Equipamiento técnico

Una vez que una selección participante haya llegado al territorio de la competición, el coordinador general de la FIFA le entregará los siguientes artículos que deberá utilizar durante el periodo de la competición:

- i) 2 botiquines de primeros auxilios;
- ii) 5 canastillas para botellas;
- iii) 1 nevera;
- iv) 25 botellas de plástico para bebidas;
- v) 3 juegos de 2 brazaletes para el capitán en colores diferenciados;
- vi) Durante el periodo de la competición, una vez que el equipo haya llegado al estadio de la competición para un partido de dicha competición o una sesión de entrenamiento oficial, el coordinador general de la FIFA entregará a cada equipo un número suficiente de chalecos de entrenamiento/calentamiento, con la única inscripción de FIFA, FIFA.com o la marca de la competición. Estos chalecos son los únicos permitidos y no podrán alterarse con otras marcas; deberán reemplazar a otros chalecos sin marca o con otras marcas. Los equipos deben devolver estos chalecos al finalizar el partido de la competición o la sesión de entrenamiento.

- vii) bolsas para balones; y
- viii) balones oficiales de la competición.

Con la única excepción de las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento, durante las cuales los miembros de la delegación podrán utilizar su propio equipamiento técnico de marcas distintas a las de los afiliados comerciales, dichos miembros no podrán usar ninguna otra pieza del equipamiento técnico, del mismo tipo o similar, en las zonas controladas. Esta excepción no se aplicará en las sesiones de entrenamiento oficiales celebradas en los estadios de la competición. En cualquier caso, durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones de entrenamiento oficiales celebradas en estadios de la competición, los miembros de la delegación del equipo deberán usar únicamente el balón oficial de la competición ofrecido por un afiliado comercial.

7.5. Consumo de bebidas en las zonas controladas. Las siguientes disposiciones regularán el consumo de bebidas en las zonas controladas:

- i) Suministro de bebidas. Se ofrecerán productos de la compañía Coca-Cola a cada FMP, incluidas agua y bebidas deportivas que se consumirán en las zonas controladas. La FIFA determinará la cantidad suministrada de bebidas.

Si las FMP desean consumir bebidas de otro fabricante, estas deberán introducirse en las botellas de bebidas suministradas por la FIFA como equipamiento técnico, como estipula el artículo 7.3, antes de llegar a las zonas controladas.

- ii) Marcas de bebida de la competencia. Se prohíbe expresamente a las FMP introducir bebidas de competidores de Coca-Cola en las zonas controladas, en concreto, en los vestuarios, la zona aledaña al campo de cualquier estadio de la competición, las actividades de prensa de la FIFA o el COL, las zonas mixtas, las salas de entrevistas y los centros de prensa y televisión, a menos que se viertan dichos productos en envases suministrados por la FIFA antes de llegar a la zona controlada.

8. NORMAS ESPECÍFICAS PARA LAS INSTALACIONES OFICIALES DE ENTRENAMIENTO

8.5. Instalaciones oficiales de entrenamiento. A menos que se explicita de otra manera en el presente art. 8, todas las estipulaciones del art. 7 se aplicarán también a las instalaciones oficiales de entrenamiento, considerando los puntos siguientes:

- i) Publicidad. La única publicidad permitida en las instalaciones oficiales de entrenamiento es la de los afiliados comerciales, designados por la FIFA a su criterio exclusivo. Las FMP no deberán exhibir, ni organizar la exhibición de, ni autorizar la distribución de cualquier publicidad o cualquier otro material promocional en las instalaciones de entrenamiento oficiales. Sin perjuicio de lo anterior, los términos y las condiciones del art. 10, apdo. 3 iv) se aplicarán a las actividades de prensa de las FMP en las instalaciones oficiales de entrenamiento;
- ii) Consumo de bebidas. Las restricciones relacionadas con el consumo de bebidas descritas en el art. 7.4 se aplicarán también durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento.

- iii) Asistencia y entradas. La FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento. Ninguna FMP, afiliado de las FMP ni parte contractual podrá llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en un sitio de entrenamiento oficial. Ninguna FMP, afiliado de las FMP ni parte contractual podrá vender o distribuir entradas, ya sea con fines comerciales o no comerciales, para acceder a los sitios de entrenamiento oficiales.
- iv) Patrocinadores en la ropa de entrenamiento y los chalecos de calentamiento/entrenamiento. Sin menoscabo del art. 7.1, todas las camisetas, prendas adicionales y chalecos de calentamiento/entrenamiento que lleven los miembros de la delegación en las instalaciones oficiales de entrenamiento podrán lucir la marca de los afiliados de las FMP o de sus partes contractuales.
- v) Venta de comida y bebidas. A menos que la FIFA lo acuerde de otra manera con los afiliados comerciales, las FMP no podrán concertar con terceros ningún aspecto relacionado con las comidas y las bebidas en las instalaciones oficiales de entrenamiento.
- vi) Venta de artículos oficiales. A menos que la FIFA o sus mandatarios así lo acuerden con los licenciatarios oficiales, no se podrán ofrecer para su venta o distribución productos promocionales de terceros en las instalaciones oficiales de entrenamiento.

NORMAS ESPECÍFICAS PARA LAS ACTIVIDADES DE PRENSA

- 9. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en los estadios de la competición y las instalaciones de entrenamiento. Las federaciones miembro deberán participar en las actividades de prensa de la FIFA y el COL que tengan lugar en los estadios oficiales de la competición. Deberán apoyar estas actividades de la manera siguiente:
 - i) Sesiones de entrenamiento. Las federaciones miembro participantes tendrán derecho a una (1) sesión de entrenamiento antes de cada partido de la competición en la que después de transcurridos quince (15) podrán prohibir el acceso a la prensa. Las federaciones miembro participantes deberán indicar a la FIFA por escrito (con un mínimo de veinticuatro (24) horas de antelación) en qué sesión de entrenamiento desean aplicar esta prohibición. Se permitirá el acceso de la prensa a todas las otras sesiones de entrenamiento.
 - ii) Actividades de prensa los días de partido. El día del partido, la FMP deberá garantizar su participación en las siguientes actividades de prensa de la FIFA y del COL coordinadas por la primera en los estadios oficiales de la competición:
 - a. a la conclusión de cada partido de la competición, el seleccionador y algunos jugadores de la federación deberán conceder entrevistas a los licenciatarios de los derechos audiovisuales que las soliciten como entrevistas «flash» en el terreno de juego, junto al área técnica;
 - b. los jugadores de la selección participante deberán pasar por la zona mixta habilitada en el estadio de la competición.

9. **NORMAS ESPECÍFICAS PARA LOS HOTELES DE CONCENTRACIÓN**

9.5. Hoteles de concentración. A menos que se explicita de otra manera en el presente art. 9, todas las estipulaciones del art. 7 se aplicarán a los hoteles de concentración:

- i) Publicidad. Las FMP no exhibirán, ni dispondrán la exhibición de, ni autorizarán la exhibición de cualquier publicidad o de cualquier otro material promocional en los hoteles de los equipos, en los terrenos exteriores de los hoteles de concentración, en los terrenos exteriores de los hoteles de los equipos o en las áreas públicas internas (como el vestíbulo) de los hoteles de concentración;
- ii) Patrocinadores en las camisetas de entrenamiento. Sin menoscabo del art. 7.1, todas las camisetas de entrenamiento y otras prendas del uniforme que lleven los miembros de la delegación en los hoteles de concentración podrán lucir la marca de los afiliados de las FMP.
- iii) Grabaciones de la FIFA. Siempre que la petición sea razonable, la FIFA, FIFA Films o sus personas designadas podrán disponer una sala de entrevistas exclusiva en el hotel de concentración.
- iv) Actividades de prensa. Las federaciones miembro participantes deberán cooperar y velar por que cada miembro de la delegación coopere en la medida de lo posible con la FIFA en sus actividades de prensa en los hoteles de concentración, teniendo siempre presente que prevalecerán en todo momento los factores deportivos y la privacidad de los miembros de las delegaciones.

10. **ACTIVIDADES DE LAS FMP EN EL PAÍS DE LA COMPETICIÓN**

10.1. Exhibición y distribución de materiales promocionales. Con excepción de lo permitido a continuación, las FMP no deberán usar, exhibir o distribuir ningún material o realizar ninguna actividad que pueda usarse para identificar o promocionar a cualquier tercero en las zonas controladas, y deberán asegurarse de que los miembros de su delegación tampoco lo hagan. En particular, las federaciones miembro participantes no podrán:

- i) distribuir, sin la previa aprobación por escrito de la FIFA, directrices de prensa o cualquier otra publicación dentro de las zonas controladas que permitan a los afiliados de las FMP o a cualquier parte contractual asociarlas a la FIFA o a la competición;
- ii) vender o autorizar la venta o distribución de comida y bebida dentro de las zonas controladas;
- iii) vender o autorizar la venta o distribución de artículos no autorizados (p. ej. réplicas del uniforme, balones, regalos) en las zonas controladas;
- iv) exhibir material publicitario o marcas (p. ej. fondos, señalización, productos y servicios) relacionado con los afiliados de las FMP o cualquier otra entidad comercial en las zonas controladas que no sea
 - a. un espacio dedicado en el hotel de concentración; y

- b. un espacio designado en las instalaciones de entrenamiento oficiales fuera de la cancha durante una sesión de entrenamiento del equipo participante.

10.2. Actividades de prensa de la FIFA o el COL. Las federaciones miembro participantes deberán cumplir las siguientes disposiciones en las ruedas de prensa o entrevistas oficiales de la FIFA o el COL:

- i) No se exhibirá ninguna publicidad o materiales de marca de terceros (incluidos los afiliados de las FMP o una parte contractual de las FMP) en ninguna de las actividades de prensa de la FIFA o el COL. Esta restricción incluye, entre otros, fondos, señalización, productos, servicios, y (a menos que esté permitido en el Reglamento de Equipamiento o permitido conforme a lo estipulado en los arts. 7.1 a 7.5) marcas en el equipamiento o accesorios que usen los jugadores y otros miembros de la delegación.
- ii) No se permitirá la distribución de directrices de prensa y otras publicaciones por o en nombre de cualquier federación miembro participante, afiliado de la FMP o cualquier tercero en cualquier actividad de prensa de la FIFA o el COL, a menos que lo autorice previamente la FIFA.
- iii) Ningún jugador o miembro de la delegación podrá hacer referencia verbal a:
 - afiliados de las FMP o partes contractuales de la misma;
 - patrocinadores de un miembro de la delegación; o
 - otra entidad comercial.

10.3. Actividades de prensa de las FMP. Las restricciones establecidas en el art. 10.2 se aplicarán también a todas las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas. En relación con las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas, serán de aplicación las siguientes disposiciones:

- i) Fondos de prensa. En el fondo situado detrás de los miembros de la delegación durante las actividades de prensa de las FMP podrá aparecer publicidad o marcas relacionadas con terceros (como los afiliados de las FMP), siempre que la publicidad y las marcas:
 - a. no puedan crear, en opinión de la FIFA, asociación alguna entre dichos terceros y la FIFA o la competición (o sus partes);
 - b. no muestren las marcas de la competición ni hagan ninguna otra referencia a la FIFA o a la competición (o sus partes); y
 - c. muestren el emblema de la federación miembro participante; e
 - d. indiquen la relación entre dichos terceros y la federación miembro participante (p. ej. «Patrocinador oficial de la federación miembro participante»).

Si las FMP utilizan un fondo fuera de las zonas controladas durante el periodo de la competición, será necesaria la previa aprobación por escrito de la FIFA.

- ii) Ubicación. A excepción de lo especificado en los apartados iii) y iv) siguientes, no puede realizarse ninguna actividad de prensa de las FMP en una zona controlada.
- iii) Hoteles de concentración. Se permitirá a las FMP realizar sus actividades con la prensa en una sala especial de los hoteles de concentración, a condición de que cumplan con las otras disposiciones del presente art. 10.3. La sala no podrá ser el vestíbulo del hotel de concentración y el interior de la sala no deberá ser visible desde dicho vestíbulo. Las actividades de prensa de las FMP no podrán llevarse a cabo en ninguna otra parte del hotel de concentración.
- iv) Instalaciones oficiales de entrenamiento. Se permitirá a las federaciones miembro participantes organizar actividades de prensa en lugares designados por la FIFA dentro de las instalaciones oficiales de entrenamiento, siempre que cumplan con las otras disposiciones del presente art. 10

10.4. Dispositivos de grabación personales. Las FMP deberán velar por que los miembros de su delegación no usen, autoricen ni consientan el uso por parte de terceros de ninguna imagen en movimiento grabada por los dispositivos personales de grabación de los miembros de la delegación en las zonas controladas (excepto los hoteles de concentración) para su distribución, emisión o transmisión por cualquier tipo de medio. Esta prohibición se extiende a cualquier dispositivo de grabación que usen las FMP o de los que estas tengan conocimiento en las zonas controladas (excepto los hoteles de concentración).

10.5. Grabaciones en vídeo de las FMP. Está permitido que las federaciones miembro participantes realicen sus propias grabaciones de vídeo con el único fin de llevar a cabo posteriormente un análisis técnico. Dichas grabaciones están sujetas a las siguientes condiciones:

- i) solo se podrá utilizar una cámara por federación miembro participante. Esta cámara recibirá un adhesivo identificativo. La grabación podrá realizarse solo desde el lugar que determine la FIFA en el estadio de la competición y de ningún modo desde cualquier otro sitio;
- ii) únicamente se podrá emplear equipo ligero y no el utilizado por las cadenas profesionales (la decisión de la FIFA al respecto será definitiva);
- iii) durante la grabación, el miembro de la delegación encargado de la grabación vestirá el chaleco distribuido por la FIFA al comienzo de la competición. Las federaciones miembro participantes recibirán un solo chaleco, que deberán devolver una vez concluida la participación de su equipo en la competición.
- iv) solo los miembros acreditados de la delegación del equipo podrán realizar dichas grabaciones;
- v) solo se permiten grabaciones con el fin del análisis técnico posterior y tales grabaciones deberán realizarse desde el lugar especificado en el art.10.5 i) del presente reglamento. En este sentido, no se permiten las grabaciones en los vestuarios, la zona mixta, las ruedas de prensa o en cualquier otro lugar ni por cualquier otro motivo que no sean los enumerados anteriormente;
- vi) las grabaciones se realizan exclusivamente para el análisis técnico posterior. Está estrictamente prohibido realizar grabaciones con el fin de documentar la participación del equipo en la competición o su estancia en el territorio de la competición o fines similares;
- vii) bajo ningún concepto se podrán usar imágenes grabadas en un entorno controlado por la FIFA con fines comerciales (incluidos los estadios de la competición), ya sea durante o después de la competición. Sin perjuicio de otras disposiciones del Reglamento de

Marketing y Medios de Comunicación, las federaciones miembro participantes aceptan que cualquier violación de las estipulaciones del presente artículo 10.5 pueden producir un incumplimiento por parte de la FIFA de sus propios acuerdos comerciales y causar daños considerables por los que podrá hacerse responsable en última instancia a la federación miembro participante correspondiente.

10.6. Estadios de la competición. Se aplicarán las siguientes disposiciones:

- i) Publicidad. La única publicidad permitida en los estadios de la competición es la de los afiliados comerciales designados por la FIFA. Las FMP no tienen derecho a exhibir, ni organizar la exhibición de, ni autorizar la distribución de ninguna publicidad o material promocional en los estadios de la competición.
- ii) Material técnico y bebidas. Las restricciones sobre el equipamiento técnico establecidas en el art. 7.3 y las relativas a las bebidas estipuladas en el art. 7.4 se aplicarán también a los estadios de la competición.
- iii) Asistencia. La FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en los estadios de la competición. Ninguna FMP, afiliado de las FMP o parte contractual de las FMP podrá llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en un estadio de la competición. Ninguna FMP, afiliado de las FMP o parte contractual de las FMP podrá vender entradas para asistir a una sesión de entrenamiento en un estadio de la competición.

10.7. Transporte. Se aplicarán las siguientes disposiciones:

- i) Autobús de la selección. Se pondrá a disposición de cada una de las FMP autobús para uso exclusivo de su equipo durante el periodo de la competición. Las FMP deberán garantizar que este autobús del equipo sea el único medio de transporte empleado por los jugadores y los oficiales del equipo para todos los eventos relacionados con la competición (tales como los desplazamientos de ida y vuelta a un encuentro, a las sesiones de entrenamiento o a las ceremonias oficiales). Excepto los lemas (p. ej. mensajes de los seguidores) y marcas de los afiliados comerciales aprobados por la FIFA, el autobús no lucirá material promocional de terceros, incluidos los afiliados de las FMP y sus partes contractuales, ni dentro ni fuera del vehículo.
- ii) Otros vehículos. Los otros vehículos que utilicen las FMP o cualquier miembro de la delegación del equipo que tengan que entrar en zonas controladas no deberán tener ninguna marca, salvo i) la marca normal del fabricante de dicho vehículo, ii) la marca de los afiliados comerciales y lemas aprobados por la FIFA y iii) marcas relacionadas con la competición o con la FIFA. Ni las FMP ni los miembros de la delegación del equipo tienen derecho a retirar tales marcas de estos vehículos. Ningún material promocional de terceros, incluido cualquier afiliado de las FMP o tercero contratado por estas, podrá exhibirse fuera o dentro de dichos vehículos.

10.8. Partidos amistosos. Cada selección tendrá derecho a disputar partidos amistosos en el territorio de la competición hasta cinco (5) días antes del partido inaugural, siempre que:

- i) se conceda previa autorización para los partidos internacionales de primer nivel, tal y como se estipula en el art. 7 del Reglamento de Partidos Internacionales de la FIFA;
- ii) está prohibido disputar partidos en los estadios de la competición;
- iii) las selecciones de un mismo grupo no disputarán partidos amistosos entre sí en el territorio de la competición;
- iv) las marcas de la Copa Mundial no podrán utilizarse durante los partidos amistosos y tampoco se podrá crear una asociación con la Copa Mundial en material de marketing, promocional o publicitario producido para partidos amistosos.

10.9. Uso de medios digitales por parte de los miembros de las delegaciones. A fin de preservar la privacidad de todos los miembros de las delegaciones de los equipos, de los oficiales de la FIFA, la integridad del deporte, de la FIFA y de la competición, así como la integridad de los derechos de marketing y audiovisuales de la FIFA, las federaciones miembro participantes deben garantizar que los miembros de las delegaciones que carguen contenidos relacionados con sus experiencias personales en la competición, la competición en general o aspectos vinculados en medios digitales cumplan los siguientes términos y condiciones:

- i) los miembros de las delegaciones no podrán cargar ni colgar contenido mientras se encuentren en una zona controlada, salvo los hoteles de concentración, durante el periodo de la competición;
- ii) el contenido cargado o publicado deberá referirse exclusivamente a su propia experiencia personal con respecto a la competición. Sin menoscabo de lo anterior, dicha contribución no contendrá ni entrevistas ni información sobre otros miembros de la delegación, miembros de la delegación del equipo contrario ni sobre los oficiales de la FIFA;
- iii) Los miembros de las delegaciones no deberán publicar ningún tipo de información confidencial o privada de terceros, lo que incluye, entre otros tipos, información que comprometa la seguridad o la celebración de la competición, la seguridad de las federaciones miembro participantes y de las delegaciones o la privacidad de cualquier otro miembro de las delegaciones de cualesquiera federaciones o de los oficiales de la FIFA;
- iv) el contenido cargado o publicado deberá ser en todo momento decoroso, de buen gusto y fiel reflejo del espíritu de deportividad;
- v) con excepción de lo que permita explícitamente esta subsección v), los miembros de las delegaciones no podrán hacer uso de las marcas de la competición. Los miembros de las delegaciones podrán utilizar:
 - la marca de texto «Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA» (incluido el equivalente en todos los idiomas) y cualquier variación del mismo, ya sea registrada o que pueda registrarse;
 - la marca de texto «Copa Mundial» (incluido el equivalente en todos los idiomas);
 - otras palabras vinculadas a la FIFA en sus medios digitales o blogs,

siempre que la palabra «FIFA» u otras referidas a la Copa Mundial de la FIFA™ no se asocien a terceros o a productos o servicios de terceros y en ningún caso se utilicen con fines comerciales;

- vi) los miembros de las delegaciones no deberán incluir en sus aportaciones a sus medios digitales referencia comercial alguna. En especial, esto implica que no podrán ofrecer ni vender a terceros oportunidades de publicidad y patrocinio en conexión con la FIFA o con la competición.
- vii) los miembros de las delegaciones podrán cargar o publicar contenidos relacionados con la FIFA o la competición en medios digitales de terceros, siempre que, en opinión de la FIFA, no exista asociación alguna entre dichos terceros u otras empresas o productos y el contenido referido a la FIFA o la competición, y que dicho contenido en ningún caso se utilice con fines comerciales.
- viii) los miembros de las delegaciones se abstendrán de utilizar en forma de publicidad parasitaria contenido cargado o publicado en relación con la FIFA o la competición y deberán velar por que tampoco lo utilicen terceros del mismo modo;
- ix) los miembros de las delegaciones no podrán firmar ningún tipo de acuerdo de exclusividad comercial o no comercial con terceros en relación con contenidos cargados o publicados referentes a la FIFA o la competición;
- x) los miembros de las delegaciones no podrán utilizar aquellos nombres de dominio que incluyan las palabras «FIFA» o «Copa Mundial» o sus variaciones. Durante el periodo de la competición, los miembros de las delegaciones podrán crear subdominios que hagan referencia a la competición, como p. ej. [minombre].com/Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019.
- xi) Con objeto de facilitar el acceso a la información referida a la FIFA, se recomienda a los miembros de las delegaciones que, de conformidad con el presente reglamento, incluyan en los contenidos relacionados con la FIFA o la competición que añadan en sus blogs un enlace a FIFA.com, la página oficial de la FIFA.

Las federaciones miembro participantes deberán informar a los miembros de su delegación de que, cuando estos decidan expresarse públicamente a través de medios digitales, se harán enteramente responsable de la opinión, declaración o comentario vertido. Todo aquel que realice aportaciones a los medios digitales o a blogs se hace responsable del carácter difamatorio, obsceno o contrario a la propiedad intelectual que dicha aportación pudiera contener.

11. **REGLAMENTO DEL TROFEO**

11.1. Ganadores de 2019. Requisitos para el uso del trofeo: A la conclusión del partido final de la competición, la selección ganadora recibirá el trofeo en una ceremonia que se celebrará en el terreno de juego. Antes de abandonar el estadio, devolverá el trofeo a la FIFA en el vestuario. En el momento de la devolución del trofeo, la selección ganadora recibirá una réplica del trofeo dedicada al vencedor de la competición. bajo ninguna circunstancia y en ningún momento, los afiliados de la FMP ganadora o las partes contractuales de la misma podrán crear una asociación entre estos y el trofeo o su réplica, ya sea de tamaño real o en miniatura. En concreto:

- i) queda prohibido exhibir el trofeo o su réplica en cualquier actividad de prensa de la FMP o en cualquier otra rueda de prensa en la cual haya un fondo o decoración que exhiba las marcas de entidades comerciales distintas a los afiliados comerciales;
- ii) está prohibido exhibir o desfilarse con el trofeo o la réplica del trofeo, ya sea de tamaño real o en miniatura, en cualquier acto patrocinado por, o en el que se reconozca una marca de cualquier afiliado de las FMP o de cualquier parte contractual de las FMP. Por ejemplo, se prohíbe exhibir o desfilarse con el trofeo o la réplica del trofeo, ya sea de tamaño real o en miniatura, en una gira de celebración en la que se exhiban marcas de cualquiera de los afiliados de las FMP o de cualquier otra entidad comercial; y
- iii) Los afiliados de la FMP ganadora o cualquier otra parte contractual de la misma no podrán usar el trofeo o su réplica, ni imágenes de los mismos, en ningún material publicitario o promocional, ni en medios digitales, para celebrar el éxito de la selección ganadora.

Con objeto de mantener el prestigio y el valor comercial del trofeo, las FMP están de acuerdo en lo siguiente:

- i) que la FMP ganadora no podrá producir sus propias réplicas no oficiales del trofeo, a excepción de las miniaturas de la réplica del trofeo, tal y como se señala a continuación;
- ii) no utilizar, retratar o exhibir el trofeo, ni la réplica del trofeo, ni su miniatura, de manera que pudiera interpretarse como inapropiada, despectiva o perjudicial al valor inherente del trofeo, de la marca o de la imagen y reputación del trofeo;
- iii) no utilizar ni conceder licencias para el uso del trofeo o de la réplica del trofeo en prendas de vestir o en otros artículos;
- iv) que el trofeo es y será una marca registrada de la FIFA y que la FMP ganadora no tiene el derecho ni posee la licencia para utilizar fotografías del trofeo, de su réplica o de su miniatura (ni para conceder dicho derecho o licencia) para fines comerciales que no sean meramente fines editoriales para acompañar textos en material electrónico o impreso. La FMP ganadora se compromete a recordar a los fotógrafos, la prensa y los medios informativos estas restricciones antes de cualquier presentación oficial del trofeo, de la réplica del trofeo o de otras réplicas; y
- v) la FMP ganadora deberá, por cuenta propia, tomar todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad del trofeo mientras esté en su poder.

Sujeto a la previa autorización por escrito de la FIFA, la FMP ganadora podrá, por cuenta propia, nombrar al fabricante de la FIFA para producir réplicas en miniatura del trofeo a fin de regalarlas a todos los miembros de la delegación y al entrenador del equipo ganador, siempre que dichas personas se comprometan por escrito con la FIFA a no utilizar dichas réplicas con fines comerciales. El tamaño máximo de dichas miniaturas no podrá exceder del 50% del tamaño del trofeo real.

Serán igualmente de aplicación las siguientes disposiciones:

- i) la federación miembro participante ganadora custodiará temporalmente la réplica del trofeo, que seguirá siendo propiedad de la FIFA y deberá devolverse de inmediato a esta entidad si los solicitara por escrito;
- ii) la réplica del trofeo no se facilitará a terceros para que la utilicen o exhiban sin previo consentimiento por escrito de la FIFA;
- iii) la FIFA deberá autorizar por escrito y con antelación las giras de la réplica del trofeo que se quieran realizar.

11.2. Requisitos para el uso del trofeo ganadores anteriores: Los trofeos entregados a ganadores anteriores de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA deberán permanecer bajo la custodia directa de la federación miembro correspondiente y no deberán salir del país de dicha federación sin el previo consentimiento por escrito de la FIFA. Las federaciones miembro a las que se han otorgado réplicas del trofeo deberán garantizar que estas réplicas se utilizan siempre en el contexto histórico de la respectiva competición y de que no se utilicen de ninguna forma que puedan establecer una asociación con terceros, incluidos los afiliados comerciales, afiliados de las FMP o partes contractuales de las federaciones miembro, con el trofeo o con la competición. En especial, los afiliados de las FMP o las partes contractuales de las federaciones miembro no tendrán ningún derecho o posibilidad de exhibirse en el lugar donde se encuentre o se exhiba el trofeo, la réplica del trofeo u otra réplica. Esta prohibición también se aplicará al desfile o la sesión fotográfica que haga el ganador de la competición con el trofeo (y posteriormente con cualquier réplica del mismo).

11.3. Disposiciones relativas a los productos oficiales ganadores anteriores. Se prohíbe igualmente a las federaciones miembro de la FIFA que han ganado ediciones anteriores de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA que diseñen, creen, utilicen, vendan o distribuyan cualquier material promocional o mercancía que lleve cualquier representación del trofeo o cualquier marca, emblema o dispositivo que haga referencia a la cualquier edición anterior de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA. Asimismo, ni el trofeo ni su réplica, ni ninguna representación suya, podrán utilizarse en los medios digitales.

12. USO PERMITIDO DE LAS MARCAS DE LA COMPETICIÓN

12.1. Uso de marcas de la competición por parte de las FMP. Se aplicarán las siguientes disposiciones:

- i) Consideraciones generales. Las FMP podrán utilizar las marcas de la competición y el logotipo compuesto solo para referirse de forma descriptiva a su participación en la competición. Queda terminantemente prohibido cualquier uso comercial o promocional de las marcas de la competición y del logotipo compuesto por parte de las FMP, de sus afiliados o de las partes contractuales. Las disposiciones del presente artículo 12.1 se aplicarán a partir de la fecha de entrada en vigor del presente reglamento y se mantendrán vigentes después de que expire el periodo de la competición hasta que la FIFA informe lo contrario a las FMP.
- ii) Nombres de la competición. Se solicita a las FMP que, siempre que hagan referencia a la competición, usen solo uno de los nombres de la competición (y dicho uso solo debe darse en un contexto periodístico).
- iii) Logotipo compuesto. Se permite a las FMP crear un logotipo compuesto que incorpore el emblema oficial de la competición y el propio emblema de la FMP.

Previa solicitud de las FMP, que deberán dirigir a ma.approvals@fifa.org, el material para crear el logotipo compuesto podrá descargarse del archivo digital en línea de la FIFA: www.FIFAdigitalarchive.com. En el logotipo compuesto solo puede figurar el emblema oficial de la competición, el propio emblema de la FMP, así como la designación descriptiva «finalista». No podrá incluirse ninguna otra marca sin el permiso por escrito de la FIFA, necesario antes de que se haga cualquier uso del logotipo compuesto. Ninguna otra marca puede colocarse junto a un logotipo compuesto de modo que cause confusión sobre si dicha marca forma o no parte del logotipo compuesto. Las FMP deben obtener la autorización por escrito de la FIFA de su logotipo compuesto antes de utilizarlo. Por tanto, el logotipo compuesto deberá enviarse a la FIFA por escrito a ma.approvals@fifa.org. Para disipar dudas, todos los usos del logotipo compuesto también deberán presentarse para la autorización de la FIFA de acuerdo con el apartado vii) del artículo 12.1.

- iv) Uso de las marcas de la competición y del logotipo compuesto. ni las marcas de la competición ni el logotipo compuesto pueden usarse cerca de los nombres, logotipos o marcas registradas de afiliados de las FMP, o de terceros distintos a los afiliados comerciales.

Además, las FMP no podrán usar las marcas de la competición ni el logotipo compuesto de las siguientes maneras:

- como parte de actividades publicitarias o promocionales o lema o eslogan secundario usado en relación con los afiliados de las FMP;
- en regalos, premios, productos o prendas de vestir y equipamiento de venta al público (tales como uniformes para seguidores) o con cualquier otro fin comercial;
- en cualquier objeto oficial impreso (incluido el material de papelería y las tarjetas de visita profesionales) de una FMP que también muestre los nombres o logotipos de afiliados de las FMP, excepto cuando los nombres/logotipos sean los de las partes designadas por la FIFA como afiliados comerciales de la competición.

- v) Materiales impresos de las FMP. Las FMP velarán por que ninguna de las marcas de la competición o el logotipo compuesto (o cualquier otra marca registrada relacionada con la competición) figure en el material impreso (convencional o electrónico), producido en relación con su participación en la competición (tales como carteles o pósteres, guías, directrices de prensa, programas, revistas, mapas, folletos, libros, publicaciones electrónicas, CD-ROM, boletines, etc.) de otra forma que no fuese exclusivamente en el contexto meramente periodístico. Por ejemplo, si una publicación o el material impreso de una FMP cuenta con una marca de la competición o el logotipo compuesto en la portada o la contraportada, ni la portada ni la contraportada de dicho material impreso podrá tener identificaciones comerciales o publicidad (incluidas las de los afiliados de las FMP o partes contractuales de las mismas). Los nombres de la competición solo podrán utilizarse con fines editoriales de manera descriptiva. Las marcas de la competición y el logotipo compuesto pueden aparecer en el interior de las publicaciones de la FMP a condición de que no aparezcan en una página o página adjunta que exhiba una identificación o anuncio comercial.

Las cubiertas y los títulos de los materiales impresos de la FMP deben aclarar que se trata de publicaciones de la FMP y no de publicaciones de la FIFA o del COL. Como ejemplo, el siguiente título se consideraría admisible:

- "[Nombre de la Publicación] oficial de [equipo] en la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019".

Toda la documentación deberá someterse con antelación a la aprobación de la FIFA, conforme a lo estipulado en el art. 12, apdo.1 viii).

- vi) Vinculación con afiliados de las FMP. Las FMP también tendrán que garantizar que no se asocie de ninguna manera a sus afiliados, a sus partes contractuales o a con la competición en ninguno de sus materiales promocionales. Los afiliados de las FMP o las partes contractuales de las FMP no usarán ninguna marca comercial ni el logotipo compuesto en ninguno de sus materiales propios, excepto que sean afiliados comerciales o utilicen la designación (por ejemplo) «[Patrocinador] de la [FMP] en la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019».
- vii) Otras marcas. las FMP no deberán usar (y deberán garantizar que sus afiliados y partes contractuales tampoco lo hagan) cualquier otra marca, dispositivo, símbolo, logotipo o frase para designar la competición (incluido el trofeo).
- viii) Autorización. Todos los usos propuestos de las marcas de la competición y del logotipo compuesto deberán enviarse (junto con un resumen del contexto propuesto y del canal de distribución) a la FIFA a través de ma.approvals@fifa.org. El formulario se transmitirá al coordinador de autorizaciones de la FIFA. También debe enviarse a la FIFA una muestra de todo el material impreso que incorpore las marcas de la competición o el logotipo compuesto para obtener la previa autorización por escrito de la FIFA. En la muestra deberán figurar la maquetación y la posición de las marcas de la competición y del logotipo compuesto, así como las marcas y logotipos de los afiliados de las FMP y los de terceros. Dichas muestras deben presentarse al menos treinta (30) días antes del inicio de la competición. Las FMP deberán realizar todos los cambios solicitados por la FIFA para que los materiales impresos cumplan con este reglamento.

12.2. Sitios de internet de las FMP. Las siguientes disposiciones también se aplicarán con respecto a la competición:

- i) Enlace a FIFA.com. Las federaciones miembro participantes deberán incluir un enlace a la sección del idioma correspondiente de FIFA.com en cada página de su sitio web con contenido de la competición. Este enlace incluirá el logotipo de FIFA.com, que deberá solicitarse a través de ma.approvals@fifa.org. El logotipo compuesto de FIFA.com no podrá utilizarse de ninguna otra manera y ningún tercero podrá utilizarlo, incluidos los afiliados de las FMP o cualquier parte contractual de las FMP. Asimismo, el logotipo compuesto de FIFA.com no podrá aparecer próximo a una marca o al nombre de ningún afiliado de las FMP o parte contractual de las FMP.
- ii) Uso en internet de las marcas de la competición y del logotipo compuesto. Las marcas de la competición y el logotipo compuesto solo podrán usarse en los sitios web de las FMP a condición de que:

- se empleen solo con fines periodísticos;
- las FMP hayan obtenido previamente la autorización por escrito de la FIFA para dicho uso, solicitada por correo electrónico a ma.approvals@fifa.org;
- no se usen en asociación o relación con, ni cerca del nombre o logotipo de ninguna entidad comercial, incluidos los afiliados de las FMP y las partes contractuales;
- no se usen a modo de hipervínculo a un sitio o página web. Si se desea un enlace con otro sitio o página web, tendrá que usarse un enlace de texto;
- no se usen o coloquen en la barra de título, barra de menú o el pie de página;
- el uso de las marcas de la competición o del logotipo compuesto en el sitio web de la FMP cumpla con lo estipulado en el art. 12 del presente reglamento.

iii) Direcciones en internet. Los nombres de la competición no deberán usarse en las direcciones de los portales de sitios web de las FMP.

13. GESTIÓN DE ENTRADAS

13.1. Condiciones sobre las entradas. La FIFA publicará en fecha posterior los acuerdos sobre asignación de entradas. No obstante, a menos que los acuerdos sobre asignación de entradas enmienden o amplíen los términos y las condiciones del presente reglamento, las condiciones que se enumeran más adelante se aplicarán a todas las federaciones miembro participantes.

Las FMP y sus invitados cumplirán íntegramente lo siguiente:

- el Reglamento sobre Entradas de la FIFA o las directrices para la competición (de haberlas); y
- los «Requisitos sobre las entradas para las federaciones miembro», un anexo a los acuerdos sobre asignación de entradas;
- los Términos y condiciones generales para el uso de las entradas de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019;
- El «Reglamento de venta de entradas para la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA Paraguay 2019», incluida, entre otras, cualquier recopilación de datos y normas para la protección,
- el código de conducta en los estadios de la competición.

La FIFA aplicará y publicará todos estos documentos vinculantes a su debido tiempo antes de la competición.

13.2. Condiciones sobre las entradas para las federaciones miembro no participantes. En los casos en que la FIFA asigne entradas de la competición a federaciones miembro no participantes con las que no haya un acuerdo sobre asignación de entradas, dichas federaciones miembro deberán cumplir íntegramente los términos y condiciones estipulados en todos los documentos sobre la distribución de entradas.

13.3. Publicidad y fines promocionales. Las federaciones miembro, participantes y no participantes, que reciban entradas deberán abstenerse, y garantizar que sus invitados se abstengan de realizar actos promocionales o publicitarios que impliquen, representen o puedan ser interpretados como forma de usar las entradas de la competición, de las sesiones oficiales y extraoficiales de entrenamiento en el territorio de la competición durante el periodo de dicha competición o de entradas de cualquier otro acto relacionado con la competición organizado o

respaldado por la FIFA. En particular, las federaciones miembro, participantes y no participantes, velarán por que sus invitados no organicen concursos, promociones, sorteos, loterías y actividades similares con premio que, en opinión de la FIFA, permitan a estos invitados o a terceros asociarse con la FIFA o la competición o que permitan a los terceros acceder o conseguir una entrada para la competición por haber participado en tales actividades.

13.4. Conducta de invitados, de afiliados de la FMP y de clientes. Se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes que reciban entradas velar por que sus invitados, afiliados o partes contractuales conozcan y cumplan los términos y condiciones de los acuerdos que rigen la gestión de entradas de la competición.

13.5. Actividades de publicidad parasitaria. Se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes, velar por que sus invitados, afiliados o partes contractuales se abstengan de llevar a cabo cualquier actividad publicitaria o promocional que pudiera considerarse de otro modo y de manera razonable como publicidad parasitaria que viola los derechos de los afiliados comerciales y de la FIFA, incluida cualquier actividad publicitaria o promocional que pudiera llevar a una presunción razonable de que las entradas de la competición o cualquier otro derecho de acceso a la competición en relación con tales actividades puedan ser adquiridos por terceros.

14. **VARIOS**

14.1. Código Disciplinario de la FIFA. Si una federación miembro participante incumple alguna de las disposiciones del presente reglamento, estará sujeta a las sanciones impuestas por la Comisión Disciplinaria de la FIFA. Las FMP son enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones, así como sus afiliados o cualquier otra parte contractual, cumplan íntegramente este reglamento. Las FMP deberán informar inmediatamente a sus afiliados y cualquier otra parte contractual sobre el contenido de este reglamento y asegurarse de que sus afiliados lo cumplan.

14.2. Objetos prohibidos. Todo objeto utilizado por una FMP o cualquiera de los miembros de la delegación en una zona controlada que no cumpla con lo estipulado en el presente reglamento será retirado, confiscado o cubierto a discreción de los oficiales de la FIFA. De este modo, las FMP también podrán estar sujetas a las sanciones impuestas por la Comisión Disciplinaria de la FIFA.

14.3. Exoneración de responsabilidad. La FIFA no será responsable ante una FMP de ninguna pérdida, pago, daño, o costo de cualquier clase, que puedan producirse como resultado de o en relación con las disposiciones que contiene este reglamento y/o el reglamento de la competición o el Reglamento de Equipamiento.

14.4. Discrepancias. En caso de que existan disposiciones contradictorias en el reglamento de la competición y el Reglamento de Equipamiento con respecto a las estipulaciones recogidas en el Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación, prevalecerá este último. Por tanto, se modificarán como corresponda los términos y condiciones correspondientes del reglamento de la competición o del Reglamento de Equipamiento.

14.5. Enmiendas. Previa notificación a las FMP, la FIFA podrá modificar el presente reglamento en cualquier momento y a su entera discreción.

La FIFA se reserva el derecho a publicar a su sola discreción directrices y circulares que aclaren en detalle este reglamento o alguna de sus partes en cualquier momento antes del inicio de la competición.

14.6. Idiomas. El presente reglamento se publicará en los cuatro idiomas oficiales de la FIFA: alemán, español, francés e inglés. En caso de discrepancias en la interpretación del reglamento en estos cuatro idiomas, la versión en inglés será la vinculante.

14.7. Declaración de renuncia. Toda renuncia por parte de la FIFA a actuar en caso de incumplimiento del presente reglamento (y de todo documento mencionado en este reglamento) no tendrá efecto ni se interpretará como una renuncia a actuar en caso de otro incumplimiento de tales disposiciones o de incumplimiento de otra disposición o una renuncia a cualquier otro derecho que emane de este reglamento o de otros documentos. Solo serán válidas las renunciaciones por escrito. En caso de que la FIFA decida no insistir en una o más ocasiones en el estricto cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento, o de los documentos mencionados en él, este hecho no será considerado una renuncia a dicha disposición, ni privará a la FIFA del derecho a insistir ulteriormente en el estricto cumplimiento de la misma o de cualquier otra estipulación de este reglamento, o de cualquier otro documento mencionado en él.

14.8. Entrada en vigor. El presente reglamento ha sido ratificado por el Consejo de la FIFA y entra en vigor con efecto inmediato.

Apéndice

Trofeo de la Copa Mundial de Beach Soccer de la FIFA.

