



## REFLEXÕES EM DIREITO E CINEMA: DA CRIAÇÃO AO REGISTRO DO IMPÉRIO MCDONALD'S

### REFLECTIONS IN LAW AND CINEMA: FROM CREATION TO REGISTRY OF THE MCDONALD'S EMPIRE

Stéfani Reimann Patz <sup>1</sup>Taciana Marconatto Damo Cervi <sup>2</sup>Thami Covatti Piaia <sup>3</sup>

#### RESUMO

O artigo analisa a polêmica envolvendo a história da criação do império de redes de fast food McDonald's, que transformou para sempre a forma como as pessoas se alimentam desde então no mundo. A abordagem é proposta a partir do filme norte-americano Fome de Poder, baseado em fatos reais. O questionamento que orienta a pesquisa pode ser vislumbrado na investigação entre a relação entre direito e cinema para o estudo da pertinência do registro de marca. Parte-se da premissa de que a forma original de agilidade e rapidez na entrega dos pedidos, foi maldosamente apropriada dos verdadeiros idealizadores, por não estarem atentos suficientemente às questões de propriedade industrial. Nesse mote, destaca-se o princípio da anterioridade como orientador para o registro de marca como designativo da titularidade sobre a marca e sua exploração econômica. A contribuição demonstra-se relevante para o contexto contemporâneo em que ainda é possível vislumbrar o desconhecimento da lei e da necessidade de registro da marca no setor. O método de abordagem é descritivo, com suporte em revisão de literatura e análise dos fenômenos pesquisados.

Palavras-chave: Direito; Marcas; McDonald's.

#### ABSTRACT

This article analyzes the controversy surrounding the creation of McDonald's fast-food empire, which has forever transformed the way people have been feeding the world ever since. The approach is proposed from the American film The Founder, based on real facts. The questioning that guides the research can be glimpsed in the investigation between the relation between law and cinema for the study of the pertinence of the registration of mark. It starts from the premise that the original form

<sup>1</sup> Graduanda no Curso de Graduação em Direito na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI) - Câmpus de Santo Ângelo/RS. Bolsista PIIC/URI no Projeto de Iniciação Científica: Crisálida - Direito e Arte e pesquisadora voluntária do Projeto de Pesquisa: Internet, Liberdade de Informação, Manipulação de Comportamentos e a Desestabilização do Processo Democrático. E-mail: stefani.patz@hotmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora na Graduação em Direito da URI - Câmpus de Santo Ângelo/RS. Coordenadora do Projeto de Pesquisa: Crisálida - Direito e Arte. Membro do Grupo de Pesquisa: Estudo Crítico-Prospectivo da Nova Era dos Direitos Globais. E-mail: taciana@san.uri.br

<sup>3</sup> Doutora em Direito UFRGS. Visiting Scholar na Universidade de Illinois - Campus de Urbana-Champaign - EUA (2012). Professora na Graduação e no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito, Mestrado e Doutorado da URI - Câmpus de Santo Ângelo/RS. Coordenadora do Projeto de Pesquisa: Internet, Liberdade de Informação, Manipulação de Comportamentos e a Desestabilização do Processo Democrático. Membro do Grupo de Pesquisa Conflito, Cidadania e Direitos Humanos. E-mail: thamicovatti@hotmail.com



of agility and expediency in the delivery of applications was maliciously appropriated by true idealizers because they were not sufficiently attentive to industrial property issues. In this motto, the principle of anteriority stands out as a guideline for trademark registration as a designation of ownership over the brand and its economic exploitation. The contribution proves relevant to the contemporary context in which it is still possible to envisage ignorance of the law and the need to register the brand in the industry. The method of approach is descriptive, with support in literature review and analysis of the phenomena researched.

Keywords: Law; Trademark; McDonald's.

## INTRODUÇÃO

O conceito de propriedade industrial, já não é mais o mesmo de quando criado, nem semelhante àquele 10 ou 20 anos atrás, assim, para o estudarmos hoje, não podemos mais adotar um ponto de vista distante ao meio; não apenas por estarmos, de certa forma, todos imersos nele atualmente, mas por se tratar de um ambiente que a cada dia torna-se mais complexo e dinâmico, especialmente quando se fala em marcas e sua importância para o comércio internacional. Assim como aconteceram significativas quebras de paradigma quando a internet deixou de ser um instrumento de manutenção técnica remota militar para se tornar um meio de comunicação civil, ou após a grande quebra da chamada *Web 1.0* no final dos anos noventa, em que o modelo de mercado e exposição de conteúdo passaram a adequar-se ao próprio meio ao invés de copiar outros setores produtores de conteúdo midiático, o conceito de marca hoje, semântico, é resultado de outra grande mudança: o advento de aparelhos portáteis com acesso à internet revolucionou, além da maneira de acessar a internet e do aumento à inclusão digital, o modelo de produção de produtos e sua comercialização e, principalmente, a consolidação de grandes oligopólios do setor de marcas, detentores dos domínios em que estes produtos se encontram.

Para tanto, a pesquisa investiga a história de uma das maiores e mais conhecidas marcas de alimentação do mundo, a rede americana de *fast food*, McDonald's e sua relação com o registro de marca. No entanto, o trabalho não consiste no detalhamento de um caso de sucesso, mas sim, na forma como essa proposta inicial de alimentação rápida foi desenvolvida e posteriormente, maldosamente apropriada dos irmãos McDonald, por um forasteiro espertalhão, demonstrando como a falta de conhecimento em propriedade industrial e na consequente proteção conferida pelo direito às marcas, poderia ter evitado



esse desastroso acontecimento, apontado como uma das maiores fraudes da história das marcas no século XX. Passemos ao desenvolvimento da pesquisa.

## 1 ARTE E O DIREITO

Frente à realidade dinâmica e globalizada da sociedade atual, as ciências, entendidas como um “estudo sistemático e objetivo dos fenômenos e o acervo dos conhecimentos daí resultantes [...] buscam novos métodos”.<sup>4</sup> Da mesma forma que outras áreas, “a ciência do direito também não deve ficar alheia a essas mutações que o desenvolvimento veloz faz emergir no mundo moderno”.<sup>5</sup> Nesta senda, Ana Maria Viola de Sousa e Grasielle Augusta Ferreira Nascimento afirmam que

a independência e o isolamento do conhecimento científico cada vez mais especializado não mais atende às necessidades atuais. A metodologia empregada para a produção do conhecimento monodisciplinar mostra-se insuficiente na formação de profissionais aptos a entender a universalidade de dimensões da realidade com a qual irá trabalhar.<sup>6</sup>

Neste contexto, Ângela Barbosa Franco e Maria Antonieta Rigueira Leal Gurgel, relatam que a interdisciplinaridade “propõe um estreito e profícuo diálogo entre os diversos ramos do saber, aproximando-os entre si e da realidade que lhes dá sentido e razão”.<sup>7</sup>

Em seu livro, *Sem Fins Lucrativos - Por Que A Democracia Precisa Das Humanidades*, a célebre filósofa Martha Nussbaum defende que é preciso resistir às tentativas de reduzir o ensino a uma ferramenta do Produto Interno Bruto (PIB), e se esforçar para conectar novamente a educação às humanidades, a fim de dar aos estudantes a capacidade de ser verdadeiros cidadãos democráticos de seu país e do mundo.<sup>8</sup>

4 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 104.

5 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 104.

6 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 104.

7 FRANCO, Ângela Barbosa; GURGEL, Maria Antonieta Rigueira Leal. *Direito e Cinema: Uma Expansão dos Horizontes Jurídicos a partir da Linguagem Cinematográfica*. Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2016. p. 9.

<sup>8</sup> SARAIVA. *Sem Fins Lucrativos - Por Que A Democracia Precisa Das Humanidades*. 2019. s.p.



Assim, a metodologia interdisciplinar “vem gradativamente ganhando espaço na academia, apesar de ainda se mostrarem tímidas e insipientes as iniciativas desta natureza nos cursos de Graduação em Direito”.<sup>9</sup> Daí a necessidade de potencializar as reflexões interdisciplinares, com o objetivo de facilitar a assimilação dos conteúdos e humanizar os temas jurídicos.

Nesta perspectiva, “o direito pode e deve se aproximar de outras disciplinas, numa interação proveitosa e extremamente útil à compreensão dos próprios conteúdos jurídicos”.<sup>10</sup> Portanto, a proposta do presente estudo é analisar a conexão entre o direito e a arte cinematográfica, com destaque nos conteúdos da disciplina de Propriedade Intelectual e no filme *Fome de Poder*.

Para tanto, é preciso frisar que o ser humano, de uma maneira geral, “independentemente de limites temporais ou fronteiras geográficas, é afetado pela arte”.<sup>11</sup> Neste contexto, Rafael Marcílio Xerez afirma que “experimentamos, rotineiramente, emoções e ideias variadas suscitadas por obras de arte diversas, tais como filmes, músicas, pinturas, esculturas, peças teatrais e livros”.<sup>12</sup>

De acordo com o autor, arte pode ser compreendida a partir de três dimensões, sendo elas, a experiência estética, o objeto cultural, e o ato expressivo. Xerez relata que cada uma das dimensões “corresponde a uma perspectiva parcial do fenômeno artístico, relacionada, respectivamente, com o espectador, com a obra de arte e com o criador”. Assim, a arte “somente pode ser plenamente compreendida quando consideradas tais dimensões conjuntamente como partes de uma unidade”.<sup>13</sup> Isto posto, pode-se conceituar a arte como “a experiência estética produzida pela contemplação de um objeto cultural, o qual consubstancia um ato expressivo de seu criador”.<sup>14</sup>

9 FRANCO, Ângela Barbosa; GURGEL, Maria Antonieta Rigueira Leal. **Direito e Cinema: Uma Expansão dos Horizontes Jurídicos a partir da Linguagem Cinematográfica**. Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2016. p. 10.

10 FRANCO, Ângela Barbosa; GURGEL, Maria Antonieta Rigueira Leal. **Direito e Cinema: Uma Expansão dos Horizontes Jurídicos a partir da Linguagem Cinematográfica**. Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2016. p. 9.

11 XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: Teoria, Método, Fato e Arte**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012. p. 229.

12 XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: Teoria, Método, Fato e Arte**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012. p. 215.

13 XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: Teoria, Método, Fato e Arte**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012. p. 216.

14 XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: Teoria, Método, Fato e Arte**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012. p. 221.



Neste cenário, a relação entre o direito e a arte “manifesta-se em obras artísticas cujo tema permite uma associação com o direito”, sendo que tais assuntos “podem ser reunidos em três grupos”. O primeiro deles trata da “representação simbólica da justiça”, o segundo aborda a “representação de atos ou personagens relacionados com a aplicação do direito” e por fim, o terceiro grupo representa “situações da vida humana que inspiram uma reflexão sobre direitos subjetivos”.<sup>15</sup>

No âmbito das artes, o cinema pode ser compreendido como uma importante “ferramenta de aproximação da sociedade ao campo jurídico”.<sup>16</sup> Assim, a produção cinematográfica será utilizada como um recurso didático para sensibilização e discussão da temática proposta. Nesta senda, o cinema,

eloquente manifestação audiovisual da Arte, tem muito a contribuir na humanização do ensino do Direito, para produzir um conhecimento holístico, menos tecnicista e dogmático, rompendo com a tradição positivista arraigada nos cursos jurídicos pátrios. Ele permite uma ampliação dos horizontes de análise do fato social, bem como da interpretação do regramento normativo a que ele se subsume. A necessária ligação entre a teoria jurídica acadêmica e a realidade política, econômica e social pode ser alcançada pela práxis do Cinema.<sup>17</sup>

Deste modo, a relação entre o direito e o cinema “pode contribuir para uma abordagem mais próxima ao próprio projeto de ciência jurídica de nossos dias, na luta pela superação de uma visão meramente dogmática e normativamente recortada do fenômeno jurídico”.<sup>18</sup>

A utilização do cinema como uma estratégia de ensino no âmbito jurídico “desenvolve no aluno a aquisição de habilidade para permitir diferentes ângulos de

15 XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: Teoria, Método, Fato e Arte**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012. p. 229.

16 SILVA, Brenda Caroline Querino. A VIDA DE DAVID GALE: O senhor de direitos por trás da rotulação midiática. In: PASCHOAL, Gustavo Henrique; PAGANELLI, Celso Jefferson Messias; OSIPE, Nathan Barros Osipe; SILVA, Ronny Carvalho da (coords.). **Anais do III Simpósio Regional Direito e Cinema em Debate**. Jacarezinho/PR: UENP & PROJURIS, 2017. p. 49.

17 FRANCO, Ângela Barbosa; GURGEL, Maria Antonieta Rigueira Leal. **Direito e Cinema: Uma Expansão dos Horizontes Jurídicos a partir da Linguagem Cinematográfica**. Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2016. p. 9.

18 NOGUEIRA, Bernardo Gomes Barbosa. **Direito e Cinema: Por que devemos filmar narrativas?** Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2015. p. 8.





observação capacitando-o a uma avaliação adequada e uma descrição exata dos elementos que compõe a realidade”.<sup>19</sup> Nesta senda, uma visão holística da realidade

ajuda o profissional do direito a levar em consideração todo o conjunto de fatores que intervêm no momento da aplicação do seu conhecimento. Assim, além da sua bagagem técnica, o desenvolvimento da sensibilidade, permite ao operador do direito, a percepção mais profunda de elementos que outros profissionais não são capazes de captar.<sup>20</sup>

Portanto, a arte cinematográfica auxilia na “formação da ponte entre a formação e a vida, uma vez que melhora a capacidade de gerar hipóteses e descobrimentos de ideias relevantes para transferir a outras situações”.<sup>21</sup> Por fim, o cinema permite ao aluno “conhecer o fato narrado de diversos ângulos, permitindo-lhe adotar atitudes, pautado pelos valores mais convenientes, segundo as diferentes situações com as quais tenha que enfrentar em seu desenvolvimento profissional”.<sup>22</sup>

## 2 FOME DE PODER - O FILME BASEADO EM FATOS REAIS

*The Founder* (O Fundador, tradução livre) é um filme biográfico de drama lançado nos Estados Unidos em 2016. A produção cinematográfica foi dirigida por John Lee Hancock e escrita por Robert Siegel. No Brasil, o filme recebeu o título *Fome de Poder*.

Sem a intenção de dar spoiler (contar precipitadamente o filme), a tônica de toda a trama em comento gira em torno do vendedor Raymond A. Kroc, conhecido por Ray Kroc, interpretado por Michael Keaton, que descobre um restaurante de *fastfood* operado pelos irmãos McDonald no sul da Califórnia nos anos de 1950. Impressionado com a velocidade da cozinha, em um quase ritmo fordiano e com o potencial do empreendimento, o ambicioso comerciante faz de tudo para assumir o controle do negócio, criando um icônico e bilionário império que viria a se espalhar por todo o planeta.<sup>23</sup>

19 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 117.

20 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. pp. 117-118.

21 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 118.

22 SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: *Revista Ética e Filosofia Política* - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. p. 118.

23 HBO MAX. *Fome de Poder*. s.a., s.p.



Na visão do crítico Marcelo Hessel, o filme tem um “apelo inegável enquanto narrativa porque é como se essa desmistificação do *fastfood* tivesse - na história da briga dos irmãos Richard e Maurice McDonald contra Ray Kroc, o ‘fundador’ do McDonald’s - todo um começo, um meio e um fim”.<sup>24</sup>

Logo no início, o filme mostra que os irmãos McDonald perceberam que a maioria dos clientes comprava apenas três produtos: hambúrguer, batata frita e refrigerante. Desta forma, eles investiram nesse trio para vender mais e de forma padronizada. Seu processo de produção era inspirado no modelo fordista, garantindo assim, a montagem dos lanches de uma forma mais eficiente e automatizada.<sup>25</sup>

Seu processo tornou possível produzir com mais agilidade e menos complexidade, elevando, portanto, a qualidade do produto. O pedido que demorava cerca de 30 minutos para ser entregue, passou a ficar pronto em apenas 30 segundos. Por conta disso, “esse modelo se tornou o mais revolucionário de todos os tempos para o segmento de alimentação”.<sup>26</sup>

Os irmãos então utilizavam esse *know-how* em uma pequena lanchonete em San Bernardino, na Califórnia. Até que surge a figura de um “vendedor fracassado de máquinas de Milk Shake, Ray Kroc” que se encantou por aquele “modelo de negócio e se aproximou deles para conhecer mais sobre a inovação”.<sup>27</sup> O que os irmãos McDonald não imaginavam é que Ray Kroc “acabava de encontrar a oportunidade que buscou por toda a sua vida. Começava, então, os problemas não esperados pelos irmãos McDonald e o início de uma trajetória rumo ao sucesso para Kroc”.<sup>28</sup>

Em determinado momento do filme, Kroc propõe que o restaurante se torne uma franquia. Para isso, ele começa a falar sobre a simbologia da cruz e da bandeira e como esses elementos estavam presentes em todas as cidades norte-americanas. A cruz representava a igreja e a bandeira o tribunal. Neste contexto, seu objetivo era levar os “arcos dourados” do restaurante de costa a costa, criando assim, um lugar onde todas as

24 HESSEL, Marcelo. **Fome de Poder** - Crítica. 2017, s.p.

25 FORTES TECNOLOGIA, **Fome de Poder**: 5 lições de gestão financeira para aprender com o filme. 2018. s.p.

26 FORTES TECNOLOGIA, **Fome de Poder**: 5 lições de gestão financeira para aprender com o filme. 2018. s.p.

27 FORTES TECNOLOGIA, **Fome de Poder**: 5 lições de gestão financeira para aprender com o filme. 2018. s.p.

28 FORTES TECNOLOGIA, **Fome de Poder**: 5 lições de gestão financeira para aprender com o filme. 2018. s.p.



peças de bem poderiam se reunir e compartilhar uma boa refeição. Para Kroc, o restaurante envolvia a família e a comunidade. Por fim, ele afirma que “McDonald’s poderia ser a nova igreja americana - alimentando corpos e almas” e que não “abre apenas aos domingos”.<sup>29</sup>

Na sequência, os irmãos discutem sobre a oferta proposta pelo empresário, a possibilidade de expandir o negócio e como eles poderiam gerenciar o empreendimento. Surge então a ideia de redigir um contrato entre os irmãos e Kroc, o qual seria “claro como o dia, preto no branco”.<sup>30</sup> Contrato assinado, o empresário abre uma franquia em Des Plaines e em outras cidades do estado americano de Illinois.

Novas franquias e franqueados começam a surgir, com isso, o capital do empresário mostra-se insuficiente para gerir todos custos do negócio. Ele então entra em contato com os irmãos e exige uma alteração contratual, o que não ocorre, pois “aumentar a sua parte seria injusto com os franqueados”. Além disso, os irmãos lembram que ele “aceitou voluntariamente os termos do acordo” e que “ninguém colocou uma arma na sua cabeça”.<sup>31</sup>

Os irmãos McDonald questionam-se se tudo está de acordo com o que foi inicialmente pactuado. Nesse contexto, um deles dispara que “temos uma raposa no galinheiro”, afirmando que “nunca deveríamos ter dado ouvidos”.<sup>32</sup> O outro irmão argumenta no sentido da existência do acordo já estabelecido.

A situação de Kroc não era a mais favorável. Para resumir, o fluxo da sua receita era pequeno, ele não possuía reservas e o seu contrato obrigava-o a passar por um lento processo para implementar mudanças, isso se elas fossem aprovadas pelos irmãos McDonald, o que nunca aconteceria.

Em uma das cenas, visualiza-se que o verdadeiro mercado de Kroc não deveria ser baseado na venda de hambúrgueres, mas sim, no aluguel de propriedades para os franqueados. Isso garantiria um fluxo maior de receita e mais capital para expansão dos negócios. Nesta senda, os terrenos restam associados ao poder, ao controle sobre os franqueados e sobre os irmãos McDonald.

29 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

30 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

31 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

32 FOME DE PODER, 2016, 115 min.





Na sequência, Kroc cria a *Franchise Reality Corporation*, uma empresa que fornece serviços de aluguel e suporte para os novos franqueados. Ao tomarem conhecimento do novo empreendimento, os irmãos McDonald entram em contato com o empresário e lembram que ele “não pode fazer algo sem autorização prévia” pois estaria claramente acordado que qualquer mudança deveria passar por uma alteração escrita no contrato.<sup>33</sup>

O empresário então, anuncia que não se trata de uma mudança e sim de uma empresa à parte, fora da alçada dos irmãos. É preciso lembrar que até aquele momento, tudo o que acontecia dentro dos restaurantes passava pelo crivo dos McDonald. O objetivo da empresa de Kroc era tratar do que estava do lado de fora. Portanto, a partir deste ponto, a autoridade dos irmãos acabava na porta do restaurante.

Em uma determinada cena, Kroc compara os contratos a corações, afirmando ambos “foram feitos para serem quebrados”.<sup>34</sup> Após quebrar o contrato referente a venda de Milk Shakes em pó, o empresário compra a parte dos irmãos e o seu sobrenome por 2,7 milhões de dólares, sem qualquer partilha nos lucros. Além de restar acordado que, enquanto os irmãos fossem proprietários do estabelecimento em San Bernardino na Califórnia, eles não poderiam mais chamá-lo de “McDonald’s, McDonald ou qualquer variação que pudesse confundir com a marca McDonald’s” pois a partir daquele momento, tal nome passou a ser propriedade exclusiva de Raymond A. Kroc.<sup>35</sup>

Sobre a temática, Mariana Moreti afirma que em decorrência de uma falha contratual “os irmãos passam todo o negócio para o empresário, que desenvolve uma rede de franquias e domina o país”. A autora questiona seus leitores sobre o “tamanho do prejuízo por uma falha contratual que demandava uma expertise no assunto”.<sup>36</sup> Portanto, ao se vestir óculos jurídicos para análise do filme em comento, há uma nítida percepção das consequências causadas pela falta de conhecimento especializado, no caso, dos temas relacionados à disciplina de propriedade industrial, em específico, marcas.

### 3 PROPRIEDADE INDUSTRIAL - MARCAS

33 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

34 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

35 FOME DE PODER, 2016, 115 min.

36 MORETI, Mariana. *Cinema com P.I.* 2019. s.p.



Muitas vezes o registro de marcas parece ser visto como um detalhe, que muitos empresários não dão a devida importância.<sup>37</sup> Neste contexto, Franklin Gomes aborda a importância da temática, no sentido de que: “mais do que garantir os direitos sobre o uso”, o registro de marcas é “uma ação estratégica que não pode ser deixada para depois – já que terceiros mal-intencionados podem fazer o uso dela”. Assim, a produção cinematográfica em comento surge como um belo exemplo do que a falta do registro pode gerar, tendo em vista que no filme, o personagem principal acaba registrando a marca McDonald’s e impedindo que os “verdadeiros idealizadores, os irmãos McDonald, pudessem utilizá-la, a fim de retomar a ideia e a concepção original do negócio”.<sup>38</sup>

Em um primeiro momento, é necessário então, conceituar o que é uma marca, podendo ser entendida, na concepção de Michele Copetti, como “todas as expressões, símbolos e neologismos utilizados com a finalidade de distinguir produtos e serviços de outros, semelhantes ou afins, ou ainda de atestar a conformidade de produtos ou serviços com determinadas normas ou especificações”.<sup>39</sup>

Portanto, é possível vislumbrar que uma marca representa “um ativo poderoso para qualquer empresa, independentemente de seu tamanho” pois é por meio dela que “produtos e serviços deixam de ser mais um no mercado – para se tornarem reconhecidos pelos consumidores”.<sup>40</sup> Em relação as funções que as marcas podem exercer, Beatriz Bugallo Montaña afirma que não se pode falar em:

uma única função marcária, mas de uma pluralidade de funções. A função distintiva de produtos e serviços é inegável na marca, da mesma forma que a função publicitária, sem prejuízo de que possam distinguir-se outras funções que ocorrem com maior ou menor intensidade, segundo o caso concreto.<sup>41</sup>

Nesta senda, Michele Copetti entende que a função distintiva é “a essência da marca enquanto as demais, não menos importantes, são cumpridas de forma secundária, na proporção do interesse do titular da marca”.<sup>42</sup> Assim, é interessante distinguir as funções da marca, para isso, Couto Gonçalves faz uma interessante comparação. O autor

37 GOMES, Franklin. *A história do McDonald’s e a relação com o registro de marcas*, 2017, s.p.

38 GOMES, Franklin. *A história do McDonald’s e a relação com o registro de marcas*, 2017, s.p.

39 COPETTI, Michele. *Afinidade entre Marcas: uma questão de Direito*. pp. 9-10.

40 GOMES, Franklin. *A história do McDonald’s e a relação com o registro de marcas*, 2017, s.p.

41 BUGALLO MONTAÑA, Beatriz. *La protección jurídica del eslogan publicitario en el derecho comparado*. Montevideo: Universidad de Montevideo, 2005, p. 125. (Tradução livre).

42 COPETTI, Michele. *Afinidade entre Marcas: uma questão de Direito*. p. 41.



afirma que a função distintiva representa “a estrutura do edifício normativo”, enquanto a função publicitária representa “um melhor acabamento do edifício e confere um estatuto jurídico mais reforçado”, já a função garantia representa “o direito dos interessados (consumidores e concorrentes) à informação não enganosa sobre a qualidade dos materiais usados no edifício”.<sup>43</sup>

Sobre a função de qualidade da marca, Copetti afirma que ela está “ligada à experiência dos consumidores, que esperam que o produto tenha uma determinada qualidade, pois já o conhecem. Os reflexos são eminentemente mercadológicos, e por isso é de interesse do titular manter o padrão de qualidade”.<sup>44</sup> Cabe também mencionar a função de qualidade, que no entendimento de Fabbri Moro, “traduz-se na atribuição, pelos consumidores, de uma certa qualidade aos produtos que portam uma determinada marca”.<sup>45</sup> Neste ponto, pode-se tranquilamente estabelecer uma relação entre a qualidade dos produtos oferecidos pelos irmãos McDonald e a marca utilizada - os arcos dourados formando um “M”.

Todavia, ter apenas uma marca, não basta. É preciso promover “o registro de marcas, uma formalidade que parece irrelevante, porém que garante o direito de exclusividade sobre o seu uso”.<sup>46</sup> Nesse viés, vislumbra-se o princípio da anterioridade, que consagra a exclusividade de exploração da marca ao primeiro requerente.

Com isso, tem-se ingloria a perspectiva de consagração de produto ou serviço quando não realizado o registro pertinente, tal qual pode ser constatado na filmografia supra.

Por isso Franklin Gomes afirma que: “mais do que idealizar o conceito de uma marca e batalhar no mercado para que se torne reconhecida, o empreendedor deve formalizar o registro, comprovando assim a sua titularidade”.<sup>47</sup> Nesta senda, Copetti alerta que é o registro que “garante a propriedade da marca e que proporciona maior clareza em

43 COUTO GONÇALVES. Luis M. Função distintiva da marca. Coimbra: Livraria Almedina, 1999, p. 218.

44 COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas: uma questão de Direito.** p. 46.

45 MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Direito de marcas: abordagem das marcas notórias na Lei nº 9729/1996 e nos acordos internacionais.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003, p. 40.

46 GOMES, Franklin. GOMES, Franklin. **A história do McDonald's e a relação com o registro de marcas,** 2017, s.p.

47 GOMES, Franklin. GOMES, Franklin. **A história do McDonald's e a relação com o registro de marcas,** 2017, s.p.



caso de conflito, pois compete ao demandante, normalmente o titular, fornecer evidências contra o falsificador”.<sup>48</sup>

Conforme Copetti, é o conhecimento “da legislação de cada País e as especificidades da proteção que garantem a tranquilidade no investimento empregado na marca”.<sup>49</sup> Portanto, a divulgação e o consequente conhecimento sobre a legislação pátria em marcas permitem o pleno gozo dos direitos decorrentes.

Desse modo, no âmbito do ordenamento jurídico nacional, a proteção de marcas é contemplada na Lei nº 9.279/1996, conhecida como a Lei de Propriedade Industrial. O dispositivo regula “os direitos e as obrigações relativas à propriedade industrial, para proteger essa propriedade a lei atua por meio da concessão de patentes, marcas, desenhos industriais e localizações geográficas, além de represar a concorrência desleal”.<sup>50</sup> Para falar da temática é indispensável a análise:

dos requisitos subjetivos (sujeitos) e dos requisitos objetivos (objeto). Nos requisitos subjetivos, encontram-se as disposições da lei que determinam as pessoas que estão legitimadas a requerer o depósito da marca, enquanto nos objetivos encontram-se as limitações quanto ao sinal registrável.<sup>51</sup>

Neste ponto, o filme em comento entra em cena, tendo em vista que no momento que Ray Croc registra a marca McDonald’s, os irmãos Richard e Maurice perdem a capacidade de utilizar os termos “McDonald’s, McDonald ou qualquer variação que possa confundir com a marca McDonald’s”, pois a partir daquele momento, tal nome passou a ser propriedade exclusiva do personagem principal.<sup>52</sup> Neste sentido, resta cristalina a importância do registro de marcas, por meio de uma assessoria especializada, para que histórias como a dos irmãos McDonald não se repitam.

## CONCLUSÃO

A abordagem lúdica em propriedade industrial demonstra-se pertinente para a compreensão da importância do registro de marca. O caso vislumbrado por meio do filme

48 COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas**: uma questão de Direito. p. 77.

49 COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas**: uma questão de Direito. p. 77.

50 CARVALHO, Tainara Martins. **Lei de propriedade industrial (Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996)**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/53192/lei-de-propriedade-industrial-lei-n-9-279-de-14-de-maio-de-1996>. Acesso em: 17 jun.2019.

51 COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas**: uma questão de Direito. p. 78.

52 FOME DE PODER, 2016, 115 min.



“Fome de Poder” expõe a relação intrínseca, entretanto não óbvia entre a criação de um produto e sua exploração econômica. É possível perceber que os verdadeiros mentores da rede de *fast food* não tiveram reconhecido o direito de exploração de sua criação em razão da inobservância de critério objetivo, verificado na legislação de propriedade intelectual - o registro da marca.

Como demonstrado, é possível que os direitos sobre a marca sejam titularizados por alguém que tenha promovido o registro não sendo o original criador da marca. Isso se deve em razão do princípio da anterioridade, norteador da questão indicando que o titular do direito de marca é tido pelo registro com a garantia de exploração econômica.

Com isso, tem-se exitosa a investigação proposta por meio do Direito na Arte quando se percebe no filme a elucidação do princípio da anterioridade em propriedade industrial. De forma clara, o filme Fome de Poder, constitui instrumento importante para o debate da temática demonstrando o encontro pertinente entre os saberes do Direito e da Arte que convergem para a promoção do estudo lúdico adequado às perspectivas do século XXI.

## REFERÊNCIAS

BUGALLO MONTAÑO, Beatriz. **La protección jurídica del eslogan publicitario en el derecho comparado**. Montevideo: Universidad de Montevideo, 2005, p. 125.

CARVALHO, Tainara Martins. **Lei de propriedade industrial (Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996)**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/53192/lei-de-propriedade-industrial-lei-n-9-279-de-14-de-maio-de-1996>. Acesso em: 17 jun.2019.

COPETTI, Michele. **Afinidade entre Marcas: uma questão de Direito**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2010.

COUTO GONÇALVES. Luis M. **Função distintiva da marca**. Coimbra: Livraria Almedina, 1999.

FORTES TECNOLOGIA. **Fome de Poder: 5 lições de gestão financeira para aprender com o filme**. Disponível em: <https://blog.fortestecnologia.com.br/fome-de-poder-6-licoes-de-gestao-financiera-para-aprender-com-o-filme/>, Acesso em: 04 jun.2019.

FRANCO, Ângela Barbosa; GURGEL, Maria Antonieta Rigueira Leal. **Direito e Cinema: Uma Expansão dos Horizontes Jurídicos a partir da Linguagem Cinematográfica**. Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2016. Disponível em: [http://www.arraeseditores.com.br/media/ksv\\_uploadfiles/o/l/olho\\_direito\\_e\\_cinema\\_-\\_uma\\_expans\\_o\\_dos\\_horizontes\\_jur\\_dicos....pdf](http://www.arraeseditores.com.br/media/ksv_uploadfiles/o/l/olho_direito_e_cinema_-_uma_expans_o_dos_horizontes_jur_dicos....pdf) Acesso em: 25 mai.2019.





GOMES, Franklin. **A história do McDonald's e a relação com o registro de marcas**. Disponível em: <https://www.fgmarcas.com.br/a-historia-do-mcdonalds-e-a-relacao-com-o-registro-de-marcas/>. Acesso em: 17 jun.2019.

HBO MAX. **Fome de Poder**. Disponível em: <https://br.hbomax.tv/movie/TTL604337/Fome-De-Poder>, Acesso em: 26 mai.2019.

HESSEL, Marcelo. **Fome de Poder** - Crítica. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/criticas/fome-de-poder-critica>, Acesso em: 26 mai.2019.

MORETI, Mariana. **Cinema com P.I.** Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ByFmhr3jqq5/>, Acesso em: 04 jun.2019.

MORO, Maitê Cecília Fabbri. **Direito de marcas**: abordagem das marcas notórias na Lei nº 9729/1996 e nos acordos internacionais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NOGUEIRA, Bernardo Gomes Barbosa. **Direito e Cinema**: Por que devemos filmar narrativas? Belo Horizonte: Arraes Editores Ltda., 2015. Disponível em: [http://www.arraeseditores.com.br/media/kv\\_uploadfiles/o/l/olho\\_-\\_direito\\_e\\_cinema.pdf](http://www.arraeseditores.com.br/media/kv_uploadfiles/o/l/olho_-_direito_e_cinema.pdf) Acesso em: 25 mai.2019.

SARAIVA. **Sem Fins Lucrativos**: Por que a democracia precisa das humanidades. Disponível em: <https://www.saraiva.com.br/sem-fins-lucrativos-por-que-a-democracia-precisa-das-humanidades-9163250/p> Acesso em: 10 set.2019.

SILVA, Brenda Caroline Querino. A VIDA DE DAVID GALE: O senhor de direitos por trás da rotulação midiática. In: PASCHOAL, Gustavo Henrique; PAGANELLI, Celso Jefferson Messias; OSIPE, Nathan Barros Osipe; SILVA, Ronny Carvalho da (coords.). **Anais do III Simpósio Regional Direito e Cinema em Debate**. Jacarezinho/PR: UENP & PROJURIS, 2017. Disponível em: <http://dircin.com.br/repositorio/2017/direito-e-cinema-juridico-em-debate.pdf> Acesso em: 25 mai.2019.

SOUSA, Ana Maria Viola de; NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira. Direito e Cinema - uma visão interdisciplinar. In: **Revista Ética e Filosofia Política** - Nº 14 - Volume 2 - Outubro de 2011. Disponível em: [http://www.ufjf.br/eticaefilosofia/files/2011/10/14\\_2\\_sousa\\_nascimento\\_8.pdf](http://www.ufjf.br/eticaefilosofia/files/2011/10/14_2_sousa_nascimento_8.pdf) Acesso em: 26 mai.2019.

**THE FOUNDER**. Direção de John Lee Hancock. Estados Unidos: Weinstein Company. 2016. (115 min).

XEREZ, Rafael Marcílio. **DIMENSÕES DA CONCRETIZAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS**: Teoria, Método, Fato e Arte. Salvador: Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012.