

# NOME EMPRESARIAL

BUSINESS NAME

*Tarcisio Teixeira\**

## Resumo:

Esta pesquisa cuida do regime jurídico do nome empresarial a partir da doutrina empresarialista e da análise da legislação aplicável. Verifica que a proteção ao nome empresarial iniciou a partir da “União para a Proteção da Propriedade Industrial” de 1883. Nome empresarial é um sinal distintivo para diferenciar o empresário no exercício de sua atividade econômica; por isso, conceitualmente, é a expressão (firma ou denominação) pela qual alguém desenvolve atividade de comércio, indústria ou prestação de serviços. O regime jurídico do nome empresarial se dá por força de vários dispositivos legais, como a Constituição Federal, art. 5º, XXIX; o Código Civil, art. 1.166; a Lei n. 8.934/1994, art. 33; o Decreto n. 1.800/1996; a Instrução Normativa do Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC - n. 116/2011; e, a Lei n. 9.279/1996, arts. 195, inc. V, e 209. São examinadas as regras atinentes à formação do nome empresarial, ao título de estabelecimento (nome de fantasia), à insígnia; bem como os conflitos existentes entre o nome empresarial e a marca ou o nome de domínio.

Palavras-chaves: Nome empresarial. Nome comercial. Natureza e regime jurídico. Extensão da proteção. Princípios da veracidade e da novidade. Formação do nome. Firma. Denominação. Título de estabelecimento - nome de fantasia. Insígnia.

## Abstract:

This research is about the legal treatment for brand names in the context of the business theory and the analysis of the applicable law on it. The beginning of the brand name protection took place in 1883, with the Convention for the Protection of Industrial Property. Brand name is a distinctive sign which distinguishes the entrepreneur in the exercise of their economic activity as well as the expression (fancy name) by which one develops trading, industry or services activities. The brand name legal system is enforced by a number of statutory rules, such as the Federal Constitution, art. 5, XXIX; Civil Code, article 1.166, Law n. 8.934/1994, article 33; Decree. 1.800/1996, Instruction of the Department of Commerce National Registry - DNRC - n. 116/2011, and Law n. 9.279/1996, articles 195, inc. V, and 209. One examines the rules relating to the creation of brand names, the store names (fancy name), the emblem, and the conflicts between brand and domain names.

---

\* Doutorando e mestre em Direito Comercial pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Professor de Direito Empresarial da Universidade Estadual de Londrina. Autor, entre outras obras, de: *Direito empresarial sistematizado e Curso de direito e processo eletrônico*, ambos da Editora Saraiva. Advogado. E-mail: contato@tarcisioteixeira.com.br.

Keywords: Brand name. Trade name. Legal rules. Extent of protection. Principles of truthfulness and novelty. Formation of the name. Firm. Denomination. Store name. Fancy name. Insignia.

## Introdução

O presente trabalho visa analisar qual o regime jurídico do nome empresarial, bem como os problemas legais que permeiam o assunto. Para tanto, vale ter em conta que o nome empresarial é um dos elementos tidos como sinais distintivos da empresa, ao lado de outros como o título de estabelecimento, a insígnia, a marca e o nome de domínio.

Cabe desde já considerar que, o nome empresarial tem a função de identificar o empresário (semelhante ao nome civil de uma pessoa natural). Ele faz a ligação do nome da empresa ao empresário. O nome empresarial é o que a pessoa (física ou jurídica) utiliza para individualizar a sua atividade. Revela o tipo societário optado pelos sócios e se a responsabilidade deles é limitada ou não; bem como pode estampar o objeto social da empresa, como, por exemplo, indústria, comércio etc.

Para alcançar o escopo desta pesquisa, apoiar-se-á na doutrina comercialista partindo de uma contextualização histórica do instituto, sua natureza jurídica e distinção em relação ao nome civil. Posteriormente, avaliaremos as espécies de nome empresarial, notadamente a firma e a denominação, além de cuidarmos do título de estabelecimento e insígnia, por serem sinais distintivos estreitamente ligados ao nome empresarial.

Vale esclarecer que a doutrina clássica, em geral, utiliza a expressão nome comercial em detrimento de nome empresarial. No entanto, haja vista a evolução da Teoria dos Atos de Comércio para a Teoria da Empresa, a terminologia mais adequada e utilizada pelas normas mais recentes é nome empresarial, como veremos. Utilizaremos preferencialmente nome empresarial, salvo quando estivermos contextualizando o assunto no tempo, citando o pensamento de certos autores ou estabelecendo comparação entre ambas as expressões.

Também procuraremos analisar a proteção jurídica do nome empresarial, que pode ocorrer pela inscrição do empresário individual ou pelo arquivamento de contrato social de sociedade empresária no registro próprio; ou, ainda, pelas alterações que mudam o nome, efetuadas posteriormente. Esse regramento aplica-se sem prejuízo das regras de concorrência desleal (Lei n. 9.279/1996, arts. 195, inc. V, e 209).

### 1. Origem do nome

Thomas Leonardos destaca que a origem do nome, em sentido genérico, serviu (e serve até hoje) para indicar e diferenciar os indivíduos entre si. Entre os hebreus

certos nomes indicavam determinados significados ou qualidades, como, por exemplo, “Isaac” significava o que sorri; “Nabal”, o demente.

O autor investigando a origem no nome comercial aponta que, após escavações na região de Pompeia, descobriu-se que na Roma Antiga havia pedras talhadas que traziam gravadas na parte inferior os nomes de seus fornecedores; também foram encontradas lâmpadas de barro com marcações de seus fabricantes. Esse fato poderia ser tido como o primórdio do nome comercial, mas sem dúvida foi a partir da Idade Média, com o maior desenvolvimento e expansão do comércio, que o nome comercial começou a aparecer de forma mais definida como forma de identificação e meio de propaganda dos produtos, confundindo assim com a marca de fabricação.<sup>1</sup>

## 2. Nome civil e nome empresarial: natureza jurídica

A princípio, o nome civil designa um valor moral, decorrente da personalidade humana, e o nome empresarial um valor de ordem econômica, um bem do empresário, portanto. Por hora, e para fins de deste item da pesquisa, tomaremos nome empresarial como sinônimo de nome comercial, ainda sem considerar que a Teoria da Empresa sucedeu a Teoria dos Atos de Comércio. Adiante veremos possíveis distinções entre ambas as terminologias.

De acordo com Thomas Leonardos, no passado o nome comercial confundia-se com o nome civil, no entanto, com o desenvolvimento do comércio e a autonomia do direito comercial ele acabou destacando-se por completo. A partir da Revolução Francesa, com a queda das Corporações de Arte e Ofício e a afirmação da liberdade para o comércio, o nome comercial passou a ser para o negociante algo muito sagrado, como o título de nobreza ao aristocrata. Isso pois, se para este o título representava honrarias e privilégios, para o comerciante o nome comercial era o brasão conquistado na luta com os concorrentes. Era a glória pelo seu esforço; a recompensa pelo trabalho. No entanto, uma efetiva tutela jurídica para o nome comercial iniciou-se somente a partir de 1878, pelo Congresso Internacional de Paris.

Em 05 de setembro de 1878 foi promovido o Congresso Internacional de Paris, o qual abordou problemas relacionados às invenções, às marcas e ao nome comercial. Em continuidade as tratativas, visando uma uniformização sobre propriedade industrial, em 1880 ocorreu a Conferência Internacional de Paris, sendo que os países participantes reuniram novamente em 1883 para a aprovação do texto final, sendo o Brasil

---

<sup>1</sup> LEONARDOS, Thomas. *Origem, evolução, natureza e tutela do nome comercial*. Rio de Janeiro: Leuzinger, 1934. p. 6-9 e 16-17.

signatário. Assim, estava constituída a “União para a Proteção da Propriedade Industrial”, cuja vigência se iniciou em 06 de julho de 1884.<sup>2</sup>

O art. 8º da referida Convenção prevê: “O nome comercial será protegido em todos os países da União, sem obrigação de depósito, nem registro, quer faça ou não parte de uma marca de fábrica ou de comércio”.

Investigando a natureza jurídica do nome comercial, P. Barbieri afirma que a escolha do nome comercial é absolutamente livre, pois tal escolha não causa prejuízo algum a direitos preexistentes. No entanto, deve-se evidenciar que mesmo sendo o direito ao nome comercial exclusivo, não pode um comerciante querer utilizar-se de um nome comercial de outro comerciante já estabelecido, sob pena de causar confusão nos clientes deste último, o que pode configurar má-fé pela escolha semelhante.

Ao confrontar a natureza jurídica do nome civil com o nome comercial, P. Barbieri pondera que o nome civil é a expressão da reputação; um valor moral do ser humano. O nome comercial é a expressão da credibilidade de um comerciante, da qualidade técnica de seus produtos; que pode ser tido como um valor pecuniário.<sup>3</sup>

Newton Silveira aponta que a função do nome empresarial é distinguir o próprio empresário, firma individual ou pessoa jurídica, no exercício da empresa. O nome empresarial ou outro sinal pelo qual o empresário é conhecido no exercício empresarial (seja pelos clientes, fornecedores, distribuidores, instituições de crédito e demais agentes do comércio em geral) integra o seu aviamento subjetivo, o qual está ligado à pessoa (natural ou jurídica), que se agrega o conceito público que ela desfruta.<sup>4</sup>

Aviamento é a aptidão de produzir lucro conferido ao estabelecimento a partir do resultado de variados fatores, quais sejam: pessoais, materiais e imateriais. É um atributo do estabelecimento, sendo a clientela um dos fatores do aviamento.<sup>5</sup> É pertinente mencionar que o aviamento pode ser objetivo e subjetivo. O primeiro decorre de aspectos extrínsecos à atividade do empresário, como é o caso da localização do estabelecimento (*local goodwill*); o segundo, deriva de aspectos intrínsecos e conceituais referentes à atuação do empresário, por exemplo, quanto à sua competência e boa fama à frente de seu negócio (*personal goodwill*).<sup>6</sup>

<sup>2</sup> LEONARDOS, Thomas. *Origem, evolução, natureza e tutela do nome comercial*. cit., p. 14, 44-49 e 109.

<sup>3</sup> BARBIERI, P. *La tutela del nome commerciale e la concorrenza sleale sul n.c.* Milano: Società Editrice, 1937. p. 25-26.

<sup>4</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. 4. ed. São Paulo: Manole, 2011. p. 19-20.

<sup>5</sup> BARRETO FILHO, Oscar. *Teoria do estabelecimento comercial*. São Paulo: Max Limonad, 1969. p. 179-180.

<sup>6</sup> VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Malheiros, 2004. v. 1. p. 248.

O aviamento objetivo que ocorre normalmente em razão da localização do estabelecimento, pode ter como exemplo uma lanchonete em um colégio ou uma floricultura em frente a um cemitério. Nesse caso, o cliente compra porque não tem outro lugar próximo; ou então porque está com pressa. Assim, o fator extrínseco, localização, é o maior fator da lucratividade. Por sua vez, o aviamento subjetivo ao ocorrer em razão da competência do empresário, pode ser exemplificado por um restaurante ou salão de cabeleireiro. Nessa hipótese, o cliente vai ao restaurante ou salão em razão da confiança que tem na pessoa que está à frente do negócio, ou por sua fama ou qualificação, não importando necessariamente a sua localização.

Conforme P. Barbieri, o nome comercial é um dos elementos mais importantes do comerciante, que está incorporado ao seu patrimônio, pertencendo, portanto, ao ativo formado pelo comerciante. Sob o prisma do direito italiano, o autor pondera que, o nome comercial pode ser cedido, a título gratuito ou oneroso (mais usual na prática), juntamente com a *azienda* (estabelecimento).<sup>7</sup>

À luz do art. 52 do Código Civil brasileiro, o nome empresarial é tido como um direito de personalidade, mas Alberto Luís Camelier da Silva alerta para o fato de que alguns autores refutam essa ideia ao considerar sua natureza como um bem patrimonial, haja vista que o nome empresarial agrega valor à empresa, sendo algo incompatível com a impossibilidade de cessão prevista no art. 1.164 do mesmo diploma civil.<sup>8</sup>

André Zonaro Giacchetta discorre longamente sobre as teorias da natureza jurídica do nome empresarial enquanto direito de propriedade ou direito de personalidade, apontando para tanto muitos autores, nacionais e estrangeiros. Apesar de o autor demonstrar sua preferência pela teoria da natureza jurídica de propriedade do nome empresarial, em razão do caráter patrimonial que ele acaba assumindo, opta por continuar seu estudo a partir da teoria jurídica da personalidade do nome empresarial em razão das disposições combinadas do Código Civil, arts. 16, 52 e 1.166.<sup>9</sup>

Gabriel Francisco Leonardos aponta uma terceira corrente acerca da natureza jurídica do nome empresarial. Para o autor o nome empresarial é um direito pessoal (obrigacional) derivado da repressão à concorrência desleal, isso porque a proteção ao nome empresarial tem um fundamento exclusivamente utilitário, uma vez que objetiva tutelar investimentos realizados para se formar a reputação a partir de um

<sup>7</sup> BARBIERI, P. *La tutela del nome commerciale e la concorrenza sleale sul n.c.* p. 26-38.

<sup>8</sup> SILVA, Alberto Luís Camelier da. *Concorrência desleal: atos de confusão*. 2007. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 140.

<sup>9</sup> GIACCHETTA, André Zonaro. *A proteção do nome empresarial na perspectiva do Código Civil de 2002: natureza jurídica e concorrência*. 2007. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 43-56.

nome, bem como proteger consumidores que habituarem-se a relacionar certa qualidade a um determinado nome.<sup>10</sup>

### 3. Conceito e finalidade

João da Gama Cerqueira chama atenção ao fato de que não se tem um conceito perfeito acerca de nome comercial, podendo-se, no entanto, compreender que nome comercial é a denominação sob a qual alguém exerce o gênero de indústria ou comércio a que se dedica.<sup>11</sup>

A seu tempo, José Carlos Tinoco Soares pondera que o nome comercial serve para designar a pessoa natural (firma individual) ou a pessoa jurídica (qualquer tipo de sociedade), bem como os estabelecimentos e as localidades.<sup>12</sup> Essa amplitude será tratada adiante.

Na década de 1930, Thomas Leonardos asseverou que o nome comercial deveria ser compreendido não apenas como o simples nome dos que exercem o comércio, mas como a representação sintética da complexa atividade do comerciante.<sup>13</sup>

Considerando a evolução da Teoria dos Atos de Comércio para a Teoria da Empresa, reflexa no art. 966, *caput*, do Código Civil brasileiro, pode-se compreender que nome empresarial consiste na designação adotada e utilizada pelo empresário, individual e sociedade empresária, sob a qual exerce sua atividade empresarial de indústria, comércio ou prestação de serviços (exceto intelectuais).

O Código Civil, art. 1.155, prevê que se considera nome empresarial a firma ou a denominação para o exercício de empresa.

Denis Borges Barbosa chama a atenção para o fato de que este dispositivo legal não vincula o nome empresarial a uma pessoa, mas sim a uma atividade; logo, tal mandamento legal estaria conferindo proteção tanto ao nome empresarial “oficial” quanto ao de “fantasia”.<sup>14</sup>

A vigente Lei da Propriedade Industrial – Lei n. 9.279/1996 – não conceitua o que venha a ser nome empresarial, no entanto, o revogado Decreto-lei n. 7.903/1945 –

---

<sup>10</sup> LEONARDOS, Gabriel Francisco. A proteção jurídica ao nome comercial, ao título de estabelecimento e a insígnia no Brasil. *Revista da Associação Brasileira de Propriedade Intelectual*, n. 13, nov./dez. 1994. p. 20 e ss. *apud* Daniel Adensohn de Souza. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. 2009. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 53.

<sup>11</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da propriedade industrial*. Rio de Janeiro: Forense, 1946. v. 2. p. 1.147-48.

<sup>12</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. *Nome comercial*. São Paulo: Atlas, 1968. p. 31.

<sup>13</sup> LEONARDOS, Thomas. *Origem, evolução, natureza e tutela do nome comercial*. cit., p. 109.

<sup>14</sup> BARBOSA, Denis Borges. Prefácio. In: SILVEIRA, Newton. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. xii.

Código da Propriedade Industrial dispunha no seu art. 104 que, nome comercial é a firma ou a denominação adotada pela pessoa física ou jurídica, para o exercício de atividades comerciais, industriais ou agrícolas.<sup>15</sup>

Atualmente, no âmbito normativo o conceito de nome empresarial está previsto na Instrução Normativa do DNRC (Departamento Nacional de Registro do Comércio) n. 116, de 22 de novembro de 2011, art. 1º, ao expressar que nome empresarial é aquele sob o qual o empresário, a empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI) e a sociedade empresária exercem suas atividades e se obrigam nos atos a elas pertinentes; sendo que o nome empresarial compreende a firma e a denominação.<sup>16</sup>

Dessa forma, o nome empresarial tem a função de identificar o empresário. É como se fosse o nome civil de uma pessoa física. Ele faz a ligação do nome da empresa ao empresário. Assim, o nome empresarial é o que a pessoa (física ou jurídica) utiliza para individualizar a sua atividade. Em decorrência, ele revela o tipo societário optado pelos sócios e se a responsabilidade deles é limitada ou não; além de poder demonstrar qual o objeto social da empresa, como, por exemplo, indústria, comércio etc.

Ainda no campo conceitual, Daniel Adensohn de Souza aponta que nome comercial, nome empresarial e nome de empresa muitas vezes são empregados como expressões sinônimas, mas que guardam significados diversos. Conforme o autor nome de empresa seria o gênero do qual nome comercial e nome empresarial são espécies. O autor pondera que o nome de empresa seria uma evolução do nome comercial, haja vista que com a adoção da Teoria da Empresa passou a alcançar um número maior de atividades econômicas em relação à Teoria dos Atos de Comércio. Assim, se na sua acepção inicial o nome comercial servia para identificar o comerciante, o nome de empresa serve para identificar o empresário.

Quanto às espécies em si do nome de empresa, o autor afirma que o nome comercial está relacionado à função objetiva do nome, ou seja, é uma finalidade econômico-concorrencial por ser um elemento que individualiza e distingue a atividade do empresário. Já o nome empresarial reflete a função subjetiva do nome, isto é, uma finalidade identificadora por ter a intenção de designar o sujeito de direitos e deveres. Assim, a adoção do nome comercial seria facultativa, no entanto, o nome empresarial

---

<sup>15</sup> Decreto-lei n. 7.903/1945. Art. 104. Considera-se nome comercial a firma ou denominação adotada pela pessoa física ou jurídica, para o exercício de atividades comerciais, industriais ou agrícolas. Parágrafo único. Equipara-se ao nome comercial, para todos os efeitos da proteção que lhe dispensa este Código, a denominação das sociedades civis, ou das fundações. (Ortografia original da época).

<sup>16</sup> In: n. 116/2011. Art. 1º Nome empresarial é aquele sob o qual o empresário, a empresa individual de responsabilidade limitada e a sociedade empresária exercem suas atividades e se obrigam nos atos a elas pertinentes. Parágrafo único. O nome empresarial compreende a firma e a denominação.

seria obrigatório.<sup>17</sup> A seguir, examinaremos com maior profundidade as funções subjetiva e objetiva do nome empresarial, bem como faremos a análise se nome empresarial tem necessariamente o sentido de nome comercial.

#### 4. Nome empresarial *versus* nome comercial. Função subjetiva e objetiva

A ser tempo, João da Gama Cerqueira, tomando por nome comercial o que hoje pode ser tido como nome empresarial, aponta que o nome comercial pode ser firma ou razão social; a primeira que pode ser o nome civil do comerciante, a segunda que denota a existência de uma sociedade.

Frise-se, que a adoção de firma ou denominação impõe-se pela necessidade de se conhecer com quem se contrata e a quem se imputa as responsabilidades assumidas. Sob esse aspecto, o nome comercial liga-se estreitamente à pessoa do comerciante, assim como o nome civil à personalidade que os usa. No ambiente comercial, a função de designar o sujeito de direito é uma função subjetiva. Diferentemente, a função objetiva do nome comercial caracteriza, individualiza e distingue a atividade do comerciante ou industrial, pessoa física ou jurídica, no campo da concorrência desleal. Em sua função subjetiva as firmas e as denominações são estranhas à propriedade industrial, submetendo-se as regras de registro e do direito comercial. Apenas em sua função objetiva as firmas e as denominações constituem modalidade do nome comercial e objeto da propriedade industrial.<sup>18</sup>

Outros elementos exercem essa função objetiva, por isso, o nome comercial contempla não somente a firma e a denominação, mas também outras modalidades como o título de estabelecimento, a insígnia, a marca, a expressão de propaganda, o nome da localidade em que é fabricado o produto. Assim, o que a lei visa proteger por meio da tutela do nome comercial é a própria atividade da empresa, tida como complexo de bens materiais e imateriais pelo qual o comerciante explora determinada espécie de comércio.

Ainda sob o prisma da função objetiva, João da Gama Cerqueira entende que o nome comercial, como gênero, pode ser tido como um direito de propriedade do comerciante, não sendo uma simples designação dele como na função subjetiva, tornando-se um objeto autônomo, ou seja, um bem patrimonial.<sup>19</sup>

Para Newton Silveira, no aspecto subjetivo, o nome empresarial (firma ou denominação) constitui obrigação do empresário, sendo que seu uso de forma incorreta

<sup>17</sup> SOUZA, Daniel Adensohn de. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. 2009. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. p. 29-35.

<sup>18</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da propriedade industrial*. v. 2. p. 1.159-1.160.

<sup>19</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da propriedade industrial*. v. 2. p. 1.160-63 e 1.174.

pode ocasionar a responsabilidade solidária dos sócios, quando normalmente assim não estariam obrigados. Já no aspecto objetivo, o nome empresarial cuida-se de um direito exclusivo de seu titular, podendo ser formado não somente pelo nome empresarial subjetivo (firma ou denominação), mas também por outros nomes ou sinais pelo qual o público em geral identifique o empresário, independentemente de registro, conforme o art. 8º da Convenção de Paris.

O referido autor defende que nome empresarial refere-se ao aspecto subjetivo, já o nome comercial diz respeito ao aspecto objetivo. O primeiro é tratado pelo Código Civil, em razão da natureza de direito de personalidade, com proteção restrita ao território do estado-membro brasileiro; por sua vez, o segundo, pelo caráter concorrencial, tem a proteção estendida ao território de abrangência da concorrência.<sup>20</sup>

Apesar do mandamento de ordem concorrencial, ou seja, Lei n. 9.279/1996, art. 195, inc. V, prever a nomenclatura “nome comercial”, compreendemos que o emprego de tal terminologia se deu por questão circunstancial e temporal. Isso porque, na ocasião da aprovação da referida lei, ainda não vigorava o Código Civil de 2002, especialmente em razão do art. 966, *caput*, que correspondente Teoria da Empresa.<sup>21</sup>

Assim, entendemos que a expressão nome comercial prevista no dispositivo sob comento deve ser tida por nome empresarial, haja vista esta terminologia ser uma evolução daquela. Contudo, esse nome empresarial está relacionado ao aspecto objetivo, conforme discorrido anteriormente. Por isso, nos posicionamos no sentido de que nome empresarial pode ter duplo sentido: subjetivo (identificação) e objetivo (concorrencial).

## 5. Nome empresarial – regime jurídico

A proteção jurídica do nome empresarial ocorre pela inscrição do empresário individual ou pelo arquivamento de contrato social (para sociedade empresária) no registro próprio; ou, ainda, pelas alterações que mudam o nome, efetuadas posteriormente. Isso está de acordo com a Constituição Federal, art. 5º, XXIX; o Código Civil, art. 1.166; e a Lei n. 8.934/1994, art. 33.

Além disso, a tutela do nome empresarial está disposta no Decreto n. 1.800, de 30 de janeiro de 1996, que regulamenta a Lei n. 8.934/1994, especialmente seus arts. 61 e 62; bem como na Instrução Normativa do Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC - n. 116, de 22 de novembro de 2011; sem prejuízo da

<sup>20</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual*: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial. cit., p. 20.

<sup>21</sup> Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: (...)

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências; (...) (Grifo nosso).

proteção conferida pelas regras da concorrência desleal previstas especialmente na Lei n. 9.279/1996, arts. 195, inc. V, e 209. Examinaremos adiante as principais disposições legais sobre o nome empresarial.

### 5.1. Extensão da proteção

Pela regra geral, a proteção ao nome empresarial é válida no território do Estado-membro da Junta Comercial em que foi registrado. Em casos excepcionais, previstos em legislação específica, a proteção ao nome empresarial pode ter caráter nacional, conforme o art. 1.166 do Código Civil (e internacional, à luz do art. 8º da Convenção da União de Paris).

A proteção no estado-membro está relacionada ao caráter subjetivo do nome empresarial, não se sujeitando ao princípio da especialidade, mas ao da territorialidade. No entanto, o nome empresarial de caráter objetivo, de natureza concorrencial, não tem limite territorial, sendo tutelado pelo art. 195, inc. V da Lei n. 9.279/1976 e pelo art. 8º da Convenção de Paris.<sup>22</sup>

Denis Borges Barbosa, ao comentar o art. 1.166 do Código Civil, afirma que não havendo um registro nacional de nomes empresariais, mas apenas a proteção estadual, caberá ao interessado requerer a extensão a outros Estados-membros. Também o autor pondera que, contraditoriamente, a Convenção de Paris, art. 8º, protege internacionalmente o nome comercial independentemente de registro, o que acarreta o fato de que, exemplificativamente, um titular francês tenha seus direitos protegidos no Brasil mesmo sem registro. No entanto, um empresário carioca para ter seus direitos reconhecidos em São Paulo precisará solicitar a extensão destes direitos perante a Junta Comercial deste Estado.<sup>23</sup>

Newton Silveira, exarando parecer acerca de nome empresarial, já sob a vigência do Código Civil de 2002, externa a opinião de que em razão desta norma a proteção do nome tem caráter estadual, podendo ser estendida aos outros Estados-membros via requerimento específico perante cada Registro Público das Empresas Mercantis.<sup>24</sup>

Cabe destacar que, a proteção territorial do nome empresarial já teve tratamento diverso na legislação brasileiro. O antigo Código da Propriedade Industrial – Decreto-Lei n. 7.903, de 27 de agosto de 1945 – previa a possibilidade de o nome

<sup>22</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. cit., p. 107-108 e p. 124.

<sup>23</sup> BARBOSA, Denis Borges. Prefácio. In: SILVEIRA, Newton. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. p. xiv.

<sup>24</sup> SILVEIRA, Newton. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. 20.

comercial ter proteção nacional. Seus arts. 105 e 107 previam que para que pudesse ter assegurado em todo o território nacional o direito ao uso exclusivo do nome comercial, deveria o interessado promover-lhe o registro junto ao então Departamento Nacional da Propriedade Industrial, conforme nele se preceitua.<sup>25</sup>

Já o posterior, mas também revogado, Código da Propriedade Industrial, o Decreto-Lei n. 1.005, de 21 de outubro de 1969, em seu art. 166, previa que o registro do ato constitutivo no Registro do Comércio conferia proteção nacional ao nome comercial.<sup>26</sup>

Frise-se que, o Decreto-Lei n. 1.005/1969 foi revogado expressamente pela Lei n. 5.772, de 21 de dezembro de 1971 (também denominado Código de Propriedade Industrial, por sua vez revogado pela Lei n. 9.279/1996), em que o nome empresarial não teve o mesmo tratamento. O art. 119 da Lei n. 5.772/1971 excluía o nome comercial de seu regramento ao prever que, a proteção ao nome comercial se dava por legislação especial, não sendo-lhe aplicáveis as regras previstas no referido Código.<sup>27</sup>

Atualmente, está em vigor a Lei de Propriedade Industrial – Lei n. 9.279/1996 – que quanto ao nome empresarial disciplina tão-somente proteção no campo da concorrência desleal, ao considerar como crime de concorrência desleal usar indevidamente nome comercial alheio, conforme prevê o art. 195, inc. V.

<sup>25</sup> Decreto-Lei n. 7.903/1945. Art. 105. Para que possa ser assegurado em todo o território nacional o direito ao uso exclusivo do nome comercial, deverá o interessado promover-lhe o registro, na forma aqui estabelecida. (...)

Art. 107. Promulgado este Código, o titular do nome comercial com direito ao seu uso exclusivo, assim restrito, poderá estendê-lo a todo o território nacional, se o fizer registrar no Departamento Nacional da Propriedade Industrial, conforme nele se preceitua.

<sup>26</sup> Decreto-Lei n. 1.005/1969. Art. 166. A proteção ao nome comercial ou de empresa, em todo o território nacional, é adquirida através do arquivamento ou registro dos atos constitutivos da firma ou sociedade no Registro do Comércio ou no Registro Civil das pessoas jurídicas, conforme o caso.

§ 1º Os pedidos de registro de nomes comerciais ou de empresas e de recompensas industriais, apresentados ao Departamento Nacional da Propriedade Industrial até a data do início de vigência deste Código, e ainda não concedidos, serão arquivados automática e definitivamente.

§ 2º Os registros de nomes comerciais ou de empresas, insígnias e recompensas industriais, concedidos até a data do início de vigência deste Código, extinguir-se-ão, definitivamente, expirados os respectivos prazos de vigência.

§ 3º Os pedidos de registro de insígnias, em andamento, poderão, a requerimento dos interessados, apresentado dentro de sessenta dias do início de vigência deste Código, prosseguir como pedidos de registro de marca de serviço, quando couber; na ausência de requerimento, dentro do prazo previsto, ou quando não fôr caso de transformação em marca de serviço, os pedidos de insígnia serão também arquivados automática e definitivamente. (Ortográfica original da época).

<sup>27</sup> Lei n. 5.772/1971. Art. 119. O nome comercial ou de empresa e o título de estabelecimento continuarão a gozar de proteção através de legislação própria, não se lhes aplicando o disposto neste Código.

1º Os pedidos de registro de nome comercial ou de empresa e de título de estabelecimento, ainda não concedidos, serão encaminhados ao Departamento Nacional do Registro do Comércio.

2º Os registros de nome comercial ou de empresas, insígnia, título de estabelecimento e recompensa industrial, já concedidos, extinguir-se-ão definitivamente, expirados os respectivos prazos de vigência. (Ortográfica original da época).

Vale ter em conta que, a Lei n. 8.934/1994, em sua redação original, também previa nos vetados §§ 1º e 2º do art. 33 que a proteção ao nome empresarial seria nacional, sendo que a extensão da proteção aos demais estados se daria mediante informação de ofício pela Junta Comercial originária (em que o nome foi registrado) às demais Juntas Comerciais do Brasil.

Nas razões do veto, apontou-se o fato de que a proteção pode ser nacional, desde que feita a requerimento do interessado; que por sinal seriam poucos os casos, o que, portanto, não justificaria uma proteção nacional generalizado de ofício.

Como se sabe, a Lei n. 8.934/1994 foi regulamentada pelo Decreto n. 1.800, de 30 de janeiro de 1996, que em seu art. 61, §§ 1º e 2º dispõe que a proteção ao nome empresarial limita-se à unidade federativa da Junta Comercial que procedeu ao arquivamento; sendo que proteção ao nome empresarial poderá ser estendida a outras unidades da federação, a requerimento da empresa interessada, observando-se instrução normativa do DNRC - Departamento Nacional de Registro do Comércio.<sup>28</sup>

Norma recente vigora a Instrução Normativa – IN n. 116, de 22 de novembro de 2011, do DNRC, cujo art. 11 disciplina a proteção ao nome empresarial.<sup>29</sup> O *caput* do referido dispositivo assevera que a proteção ao nome empresarial decorre, consequentemente, do ato de inscrição de empresário ou do arquivamento de ato constitutivo de empresa individual de responsabilidade limitada ou de sociedade empresária (ou de sua alteração), circunscrevendo-se ao Estado-membro de jurisdição do Registro Público das Empresas Mercantis que o tiver efetuado.

Por sua vez, acerca do requerimento da empresa interessada em obter proteção nos demais Estados da Federação, o § 1º do art. 11 da IN n. 116/2011 prevê que a proteção ao nome empresarial no território estadual de outra Junta Comercial decorre,

<sup>28</sup> Decreto n. 1.800/1996. Art. 61. A proteção ao nome empresarial, a cargo das Juntas Comerciais, decorre, automaticamente, do arquivamento da declaração de firma mercantil individual, do ato constitutivo de sociedade mercantil ou de alterações desses atos que impliquem mudança de nome.

§ 1º A proteção ao nome empresarial circunscreve-se à unidade federativa de jurisdição da Junta Comercial que procedeu ao arquivamento de que trata o *caput* deste artigo.

§ 2º A proteção ao nome empresarial poderá ser estendida a outras unidades da federação, a requerimento da empresa interessada, observada instrução normativa do Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC. (...)

<sup>29</sup> IN n. 116/2011. Art. 11. A proteção ao nome empresarial decorre, automaticamente, do ato de inscrição de empresário ou do arquivamento de ato constitutivo de empresa individual de responsabilidade limitada ou de sociedade empresária, bem como de sua alteração nesse sentido, e circunscreve-se à unidade federativa de jurisdição da Junta Comercial que o tiver procedido.

§ 1º A proteção ao nome empresarial na jurisdição de outra Junta Comercial decorre, automaticamente, da abertura de filial nela registrada ou do arquivamento de pedido específico, instruído com certidão da Junta Comercial da unidade federativa onde se localiza a sede da empresa interessada.

§ 2º Arquivado o pedido de proteção ao nome empresarial, deverá ser expedida comunicação do fato à Junta Comercial da unidade federativa onde estiver localizada a sede da empresa.

automaticamente, da abertura de filial nela registrada ou do arquivamento de pedido específico. Neste último caso, o pedido deve ser instruído com a certidão do Registro Público das Empresas Mercantis da unidade federativa onde se localiza a sede da empresa interessada.

Complementa o regramento o disposto no § 2º do art. 11 da IN n. 116/2011, ao determinar que uma vez arquivado o pedido de proteção ao nome empresarial, deverá ser expedida comunicação desse fato à Junta Comercial do Estado em que estiver localizada a matriz da empresa.

André Zonaro Giacchetta pondera que a Lei n. 8.934/1994 não restringiu a extensão ao território do Estado-membro, sendo que o Decreto n. 1.800/1996 (acrescentamos a Instrução Normativa n. 116/2011), não poderia restringir por ser norma procedimental, pois no Brasil está em vigor as disposições da Convenção da União de Paris (Decreto n. 75.575/1975, renovado pelos Decretos n. 635/1992 e n. 1.355/1994), o que implica em proteção nacional e internacional do nome empresarial. O autor chama a atenção para o fato de que, apesar da justificativa do veto aos parágrafos do art. 33 da Lei n. 8.934/1994, com o desenvolvimento do comércio, principalmente o comércio eletrônico, os limites territoriais de um Estado ou de um país pode ser acanhado para o empresário.<sup>30</sup>

Por fim, vale ter em conta que a proteção do nome empresarial deriva não apenas de sua inscrição, mas também das possíveis alterações que este possa receber. Essa é uma previsão expressa de várias normas, como o Código Civil, art. 1.166, a Lei n. 8.934/1994, art. 33, *caput*, a Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, art. 11, *caput*. Obviamente que não será admitida uma alteração que provoque igualdade ou semelhança com outro nome empresarial. Respeitada essa regra, uma vez alterado o novo nome empresarial passa a ter a mesma proteção do nome empresarial que é inscrito para o início do exercício de uma atividade.

## 5.2. Princípios da veracidade e da novidade

Desde o Decreto n. 916/1890 os princípios da veracidade e da novidade já estavam previstos legislativamente com o fim de assegurar a finalidade de identificação dos empresários.<sup>31</sup> Atualmente, estes princípios (da veracidade e da novidade) possuem previsão expressa na Lei n. 8.934/1994, art. 34,<sup>32</sup> na sua norma regulamentadora, Decreto

<sup>30</sup> GIACCHETTA, André Zonaro. *A proteção do nome empresarial na perspectiva do Código Civil de 2002: natureza jurídica e concorrência*. cit., p. 115-116.

<sup>31</sup> VASCONCELOS, Justino. *Das firmas e denominações comerciais*. Rio de Janeiro: Forense, 1957. p. 35.

<sup>32</sup> Lei n. 8.934/1994. Art. 34. O nome empresarial obedecerá aos princípios da veracidade e da novidade.

n. 1.800/1996, art. 62,<sup>33</sup> bem como na Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, art. 4º.<sup>34</sup> Esta última norma detalha algumas regras decorrentes destes princípios, as quais serão examinadas a seguir.

Iniciaremos o estudo pelo princípio da novidade, o qual consiste no fato de que o nome empresarial deve distinguir-se de outros já registrados na mesma Junta Comercial. Isto quer dizer que, o nome empresarial deve individualizar o empresário, logo, deve diferenciar-se de outros nomes empresariais de forma que não haja confusão pelo público. Não poderão coexistir no mesmo Estado-membro dois nomes empresariais idênticos ou semelhantes. Essa regra pode ser estendida a outros Estados onde o empresário tenha aberto filiais ou feito requerimentos específicos para proteção do nome perante as Juntas Comerciais correspondentes.

Pelo princípio da novidade não poderá haver identidade ou semelhança entre nomes empresariais no território de sua proteção, sendo que a distinção entre eles deve ser suficiente para que alguém, com a atenção normalmente empregada, possa diferenciá-los.<sup>35</sup>

Trata-se de um princípio que protege o empresário de outras pessoas que eventualmente queiram registrar nome empresarial idêntico ou semelhante ao seu. Em decorrência desse princípio, àquele que tem o nome empresarial registrado, protegido, portanto, é assegurado o direito de uso exclusivo deste nome empresarial.

Assim, como já visto, o nome empresarial tem a função de distinguir um empresário (empresário individual, empresa individual de responsabilidade limitada ou sociedade empresária) de outros; por isso não poderá ser igual a outro já inscrito, nos termos da previsão do Código Civil, art. 1.163. Nos casos em que isso acontecer, será necessário realizar alguma alteração para se obter a distinção.

Para André Zonaro Giacchetta a novidade pode ou não se limitar a somente um elemento diferenciador entre os nomes empresariais, no entanto, é fundamental que um nome empresarial não seja confundido com outros.<sup>36</sup> Podemos ilustrar a hipótese com

<sup>33</sup> Decreto n. 1.800/1996. Art. 62. O nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade e identificará, quando assim o exigir a lei, o tipo jurídico da sociedade.

§ 1º Havendo indicação de atividades econômicas no nome empresarial, essas deverão estar contidas no objeto da firma mercantil individual ou sociedade mercantil.

§ 2º Não poderá haver colidência por identidade ou semelhança do nome empresarial com outro já protegido.

§ 3º O Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC, através de instruções normativas, disciplinará a composição do nome empresarial e estabelecerá critérios para verificação da existência de identidade ou semelhança entre nomes empresariais.

<sup>34</sup> In: n. 116/2011. Art. 4º O nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade e identificará, quando assim exigir a lei, o tipo jurídico da empresa individual de responsabilidade limitada ou da sociedade.

<sup>35</sup> VASCONCELOS, Justino. *Das firmas e denominações comerciais*. cit., p. 241.

<sup>36</sup> GIACCHETTA, André Zonaro. *A proteção do nome empresarial na perspectiva do Código Civil de 2002*:

o seguinte exemplo: “Continental Comércio de Veículos Ltda.” e “Cosmo Comércio de Veículos Ltda.”. Neste exemplo há apenas um elemento diferenciador, mas poderia haver outros, como, por hipótese, “Cosmo Comércio, Reparos e Manutenção de Veículos Ltda.”.

Eventualmente, ainda que seja uma hipótese difícil, poderia ocorrer de haver coexistência de empresas de ramos diversos ou não da atividade empresarial que operam com nomes empresariais iguais ou semelhantes. No entanto, isso não tiraria o direito daquele que efetuou o registro primeiramente de exigir que o segundo altere seu nome empresarial. Isso, pois, a anterioridade do registro do nome empresarial (o que se comprova pelo registro do ato constitutivo garante ao titular o seu uso em detrimento de terceiros).

Esse fato decorre de outro princípio, o Princípio da Anterioridade que consiste no fato de a proteção se dar em favor daquele que primeiro registrou. Tal princípio é abstraído do parágrafo único do art. 1.163 do Código Civil ao prever que, se o empresário tiver nome idêntico ao de outros já inscritos, deverá acrescentar designação que o diferencie.

A Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, prevê em seu art. 6º que, atendendo ao princípio da novidade, não poderão coexistir, na mesma unidade federativa, dois nomes empresariais idênticos ou semelhantes. Em razão disso, se a firma ou denominação for idêntica ou semelhante à de outra empresa já registrada, deverá ser modificada ou acrescida de expressão distintiva. Além disso, será admitida a utilização da expressão de fantasia incomum (extraordinária), desde que expressamente autorizada pelos sócios da sociedade ou pelo titular de empresa individual de responsabilidade limitada anteriormente registrada.<sup>37</sup>

Já o art. 8º da referida Instrução Normativa fixa critérios para a análise, pelas Juntas Comerciais (e pelo DNRC), de identidade ou semelhança entre nomes empresariais. Nas firmas, a análise será feita pelos nomes inteiros, sendo idênticos se tiverem a mesma grafia (homógrafos) e semelhantes se tiverem a mesma pronúncia (homófonos). Em relação às denominações, consideram-se os nomes por inteiro, quando compostos por expressões comuns, de fantasia, de uso generalizado ou vulgar, sendo idênticos se homógrafos e semelhantes se homófonos. Mas quando as denominações

---

natureza jurídica e concorrência. cit., p. 75.

<sup>37</sup> IN n. 116/2011. Art. 6º Observado o princípio da novidade, não poderão coexistir, na mesma unidade federativa, dois nomes empresariais idênticos ou semelhantes.

§ 1º Se a firma ou denominação for idêntica ou semelhante à de outra empresa já registrada, deverá ser modificada ou acrescida de designação que a distinga.

§ 2º Será admitido o uso da expressão de fantasia incomum, desde que expressamente autorizada pelos sócios da sociedade ou pelo titular de empresa individual de responsabilidade limitada anteriormente registrada.

contiverem expressões de fantasia incomuns (extraordinárias), serão elas analisadas isoladamente, ocorrendo identidade se homógrafas e semelhança se homófonas.<sup>38</sup>

Por sua vez, o princípio da veracidade significa que o estiver designado pelo nome empresarial deve corresponder efetivamente à verdade dos fatos, não podendo conter atividade a qual não tenha previsão no contrato social, nome de pessoa que não seja sócia ou qualquer informação falsa ou que possa induzir a erro outras pessoas.

Diferentemente do princípio da novidade, que visa proteger o próprio empresário titular do nome empresarial, o princípio da veracidade tem por escopo a proteção de terceiros que se relacionam ou podem se relacionar com o empresário, os quais não devem ser induzidos a erro a partir do que é designado pelo nome empresarial.

Em razão do princípio da veracidade, o art. 1.165 do Código Civil dispõe que, o nome de sócio falecido, excluído ou que tenha se retirado da sociedade não pode ser conservado na firma social. Essa regra visa proteger, fundamentalmente, terceiros que podem ser levados a equívoco imaginando que certa pessoa pertença ao quadro societário, quando na verdade já pertenceu apenas no passado.

O princípio da veracidade também é observado quando a norma determina que o nome empresarial de sociedade, conforme o seu tipo, deve ter as expressões correspondentes. Exemplificativamente, sociedade limitada deve ter a palavra “Limitada”, ou sua abreviação “Ltda.”, sob pena de responsabilidade solidária e ilimitada dos administradores (CC, art. 1.158, § 3º). Já a sociedade cooperativa deve ter na sua denominação a palavra “Cooperativa” (CC, art. 1.159). A sociedade anônima deve ter em sua denominação a expressão “Sociedade Anônima” ou “Companhia”, ou a abreviação “S.A.”, “S/A” ou “Cia.” (CC, art. 1.160). A microempresa ou a empresa de pequeno porte necessitam incluir no final do nome empresarial a expressão: “Microempresa” ou “Empresa de Pequeno Porte” ou suas abreviações “ME” ou “EPP” (Lei Complementar n. 123/2006, art. 72), sob pena de não fazer jus ao regime tributário especial e simplificado (Simples Nacional). Entre outras previsões do ordenamento jurídico a este respeito.

---

<sup>38</sup> In: n. 116/2011. Art. 8º Ficam estabelecidos os seguintes critérios para a análise de identidade e semelhança dos nomes empresariais, pelos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Registro de Empresas Mercantis - SINREM:

I - entre firmas, consideram-se os nomes por inteiro, havendo identidade se homógrafos e semelhança se homófonos;

II - entre denominações:

a) consideram-se os nomes por inteiro, quando compostos por expressões comuns, de fantasia, de uso generalizado ou vulgar, ocorrendo identidade se homógrafos e semelhança se homófonos;

b) quando contiverem expressões de fantasia incomuns, serão elas analisadas isoladamente, ocorrendo identidade se homógrafas e semelhança se homófonas.

A Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, prevê em seu art. 5º, incs. I e III, que o empresário individual ou o titular da empresa individual de responsabilidade limitada só poderão adotar como firma o seu próprio nome, acrescentado (se quiser ou quando já existir nome empresarial idêntico ou semelhante) designação mais precisa de sua pessoa ou de sua atividade, devendo o titular acrescer a sigla EIRELI.<sup>39</sup>

Tal dispositivo ainda estabelece que a denominação deva ser formada com palavras de uso comum ou vulgar na língua nacional ou estrangeira e ou com expressões de fantasia, com a indicação do objeto da sociedade ou empresa individual de responsabilidade limitada.

Por último, o princípio da veracidade, com as peculiaridades aqui apontadas, também deve ser respeitado quando se promove alguma alteração no nome empresarial, como, por exemplo, quanto ao nome do sócio que irá constar do nome empresarial, ao tipo societário adotado e à atividade relacionada ao objeto social do ato constitutivo.

### 5.3. Outras regras aplicáveis

Conforme dispõe o *caput* do art. 1.164 do Código Civil, o nome empresarial não pode ser alienado. A explicação para a proibição prevista no art. 1.164, *caput*, está relacionada com a previsão do art. 52, combinado com o art. 11 e seguintes, do mesmo diploma civil, ao prever que o nome é um direito de personalidade, seja do empresário individual ou da pessoa jurídica, e em razão disso não pode ser alienado.<sup>40</sup>

Haroldo Malheiros Duclerc Verçosa pondera que, o Código Civil ao proibir a alienação do nome empresarial, está tratando apenas do seu aspecto subjetivo, pois do contrário o dispositivo seria inconstitucional ao proibir a livre disposição de um direito de propriedade que o titular do estabelecimento tem em relação ao aspecto objetivo do nome empresarial.<sup>41</sup>

Por sua vez, o parágrafo único do art. 1.164 prevê uma exceção. Este dispositivo estabelece que havendo trespasse do estabelecimento empresarial, por ato

<sup>39</sup> In: n. 116/2011. Art. 5º Observado o princípio da veracidade:

I - o empresário e o titular da empresa individual de responsabilidade limitada só poderão adotar como firma o seu próprio nome, aditando, se quiser ou quando já existir nome empresarial idêntico ou semelhante, designação mais precisa de sua pessoa ou de sua atividade, devendo o titular acrescer a sigla EIRELI; (...)  
III - a denominação é formada com palavras de uso comum ou vulgar na língua nacional ou estrangeira e ou com expressões de fantasia, com a indicação do objeto da sociedade ou empresa individual de responsabilidade limitada (...)

<sup>40</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivos, nome empresarial*. cit., p. 107. e SILVEIRA, Newton. *Sinais distintivos da empresa*. *Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro*, São Paulo: Malheiros, n. 147, jul./set. 2007. p. 148.

<sup>41</sup> VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. *Curso de direito comercial*. cit., v. 1. p. 260.

entre vivos, o seu adquirente pode, se o contrato o permitir, usar o nome do alienante, precedido do seu próprio, com a qualificação de sucessor.

Comentando essa previsão legal, Haroldo Malheiros Duclerc Verçosa afirma tratar-se de uma exceção expressa para a utilização do aspecto subjetivo do nome do empresário alienante.<sup>42</sup> Essa regra diferenciada e excepcional quanto à impossibilidade de alienação do nome empresarial, prevista no parágrafo único do art. 1.164 é denominada por Daniel Adensohn de Souza como nome empresarial derivado.<sup>43</sup>

É pertinente mencionar que a inscrição do nome empresarial pode ser anulada por meio de ação judicial promovida por prejudicado, a qualquer tempo, quando violar a lei ou o contrato, conforme o art. 1.167 do Código Civil. Por esta regra, o direito de ajuizar ação para anulação de nome empresarial é imprescritível.

Newton Silveira pondera que o nome empresarial pelas disposições do Código Civil é inalienável, tratando de um direito imprescritível, por força do questionável art. 1.167, que declara que cabe o direito de ação do prejudicado “a qualquer tempo”.

Vale ter em conta que o nome empresarial poderá ser extinto. O Código Civil, art. 1.168, prevê que a inscrição do nome empresarial será cancelada, seja pelo requerimento de qualquer interessado, seja pelo término do exercício da atividade para a qual foi adotada, ou ainda quando terminada a liquidação da sociedade que o inscreveu.

Além do exposto, de acordo com o Código Civil, art. 1.155, *caput*, nome empresarial é gênero do qual são espécies firma e denominação. No mesmo formato prevê a Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, art. 1º, parágrafo único.

#### 5.4. Firma

A expressão firma tem o significado de nome ou assinatura de uma pessoa. Enquanto espécie de nome empresarial, a firma relaciona-se a nome, sendo utilizada principalmente por empresários individuais (daí o porquê do emprego de firma individual), pois seu nome de pessoa física deverá constar em sua inscrição perante a Junta Comercial (como, por exemplo, “João da Silva ME”), nos termos do art. 1.156 do Código Civil.

Também, a firma é utilizada por sociedades em que haja sócios de responsabilidade “ilimitada”, devendo constar no nome empresarial o nome civil de pelo menos um desses sócios, à luz dos arts. 1.157 e 1.158, § 1º, do Código Civil.

Cabe destacar que, a Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, art. 2º, define firma como o nome utilizado pelo empresário individual, pela sociedade em que

<sup>42</sup> VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Malheiros, 2004. v. 1. p. 261.

<sup>43</sup> SOUZA, Daniel Adensohn de. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. cit., p. 60.

houver sócio de responsabilidade ilimitada e, de forma facultativa, pela sociedade limitada e pela empresa individual de responsabilidade limitada.<sup>44</sup>

### 5.5. Denominação

Denominação significa a designação que deve ser formada pelo objeto social da sociedade. Assim, a denominação é utilizada pelas sociedades empresárias, devendo estampar a finalidade da sociedade em seu nome empresarial, de acordo com o Código Civil, art. 1.158, § 2º. Em outras palavras, o objeto social deve fazer parte da denominação, como “Macedônia Indústria de Calçados Ltda.”

Ressalta-se que a denominação pode ser formada com o nome de um ou mais sócios ou pode ter um elemento ou expressão fantasia (como veremos adiante), por exemplo, composta pela sigla composta pelas letras iniciais de todas as palavras do nome da empresa.

O art. 3º da Instrução Normativa do DNRC n. 116/2011, expressa que denominação é o nome utilizado pela sociedade anônima e cooperativa e, opcionalmente, pela sociedade limitada, em comandita por ações e pela empresa individual de responsabilidade limitada.<sup>45</sup>

Como já apontado, o ordenamento jurídico fixa algumas regras às denominações dos vários tipos societários. Entre os vários exemplos colhidos apenas do Código Civil, sem prejuízo de outras normas, a sociedade limitada precisa ter, em seu nome empresarial-denominação, a palavra “Limitada” ou sua abreviação “Ltda.”, sob pena de responsabilidade solidária e ilimitada dos administradores (CC, art. 1.158, § 3º). Já a sociedade anônima deve ter em sua denominação a expressão “Sociedade Anônima” ou “Companhia”, ou a abreviação “S.A.”, “S/A” ou “Cia.” (CC, art. 1.160). A sociedade cooperativa deve ter na sua denominação a palavra “Cooperativa” (CC, art. 1.159).

Em relação às denominações das sociedades simples, associações e fundações, elas possuem a mesma proteção jurídica do nome empresarial, conforme estabelece o Código Civil, art. 1.155, parágrafo único.

<sup>44</sup> In: n. 116/2011. Art. 2º Firma é o nome utilizado pelo empresário individual, pela sociedade em que houver sócio de responsabilidade ilimitada e, de forma facultativa, pela sociedade limitada e pela empresa individual de responsabilidade limitada.

<sup>45</sup> In: n. 116/2011. Art. 3º Denominação é o nome utilizado pela sociedade anônima e cooperativa e, em caráter opcional, pela sociedade limitada, em comandita por ações e pela empresa individual de responsabilidade limitada.

## 5.6. Formação do nome empresarial

É cabível para a formação do nome empresarial, além de nomes personativos (como o do fundador), siglas e expressões de fantasia, outros elementos complementares ou indicativos, como, por hipótese, o título do estabelecimento principal, a data de sua fundação, a marca, a empresa sucedida, o seu âmbito territorial, etc.<sup>46</sup> Exemplificativamente: “Companhia de Terras do Norte do Paraná”.

Utiliza-se até hoje, mas no passado já foi muito mais comum, o patronímico (sobrenome) de família na composição do nome empresarial. Especialmente quanto aos empresários individuais, a firma deve estampar obrigatoriamente o nome civil do empresário, sendo que não raro poderá haver colidência no Registro de Comércio haja vista a possibilidade de homônimos entre nomes civis. Se de um lado, no campo civil não há problemas quanto à existência de homônimos, pois as pessoas são identificáveis também por números de registro, de outro lado não pode ser admitida a duplicidade de nomes empresariais, sendo que neste caso o empresário precisa acrescentar uma designação que o diferencie, à luz do art. 1.163 do Código Civil.

Também se pode utilizar de sigla quanto aos nomes empresariais. Sigla trata-se da abreviação de uma palavra ou a formação decorrente de várias iniciais. A formação de uma sigla pode ocorrer pelo uso das iniciais de uma denominação ou pelas primeiras sílabas, como no caso “Varig”, cuja sigla corresponde à “Viação Aérea Rio Grandense S.A.”

A sigla tem por finalidade resumir a denominação da sociedade, podendo servir inclusive como título de estabelecimento. Ela pode contemplar o tipo societário ou não, como seria “Varigsa”, correspondendo o “sa” à sociedade anônima.

Vale ter em conta que, a sigla pode ser parte da denominação a ser registrada no Registro de Comércio, bem como pode ser registrada como marca junto ao INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, de acordo com a Lei n. 9.279/1996.

## 5.7. Título de estabelecimento - nome de fantasia

Título de estabelecimento é o nome ou a expressão utilizada pelo empresário para identificar o local onde ele está instalado.<sup>47</sup> Dessa forma, é o título de estabelecimento que identifica o ponto em que o empresário está estabelecido.

Aqui há uma distinção a ser ponderada: o título de estabelecimento não é necessariamente o nome empresarial. Ele pode ser uma parte do nome empresarial ou

<sup>46</sup> VASCONCELOS, Justino. *Das firmas e denominações comerciais*. cit., p. 149-150.

<sup>47</sup> VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. *Curso de direito comercial*. cit., v. 1. p. 245.

uma expressão totalmente inexistente no nome empresarial. Muitas vezes é um nome de fantasia, designação que se atribui a um estabelecimento, que por sua vez não é correspondente ao nome empresarial efetivamente. Por exemplo, uma sociedade pode ter o nome empresarial de “Santos Comércio de Roupas Ltda.” e usar o nome de fantasia de “Maravilha Magazine”. Outro exemplo de título de estabelecimento com a utilização de nome de fantasia é o do Pão de Açúcar, pois o nome empresarial dessa rede de supermercados é Companhia Brasileira de Distribuição de Alimentos.

Justino Vasconcelos diferencia denominação (ou firma) do título de estabelecimento. Este singulariza o próprio negócio, a casa comercial; aquela, a pessoa responsável pelas operações mercantis. Assim, exara-se a denominação (ou firma) nos atos relativos ao comércio, em todos os documentos que representem obrigações. Já o título de estabelecimento é lançado nos papéis de correspondência e nos lugares em que se faz propaganda do negócio.<sup>48</sup>

Por si só o título de estabelecimento não tem um regime jurídico próprio, diferentemente do que ocorre tanto com o nome empresarial, que é protegido pelo registro na Junta Comercial, quanto com a marca, que tem uma proteção jurídica específica na Lei n. 9.279/1996 – Lei da Propriedade Industrial. Historicamente, o revogado Código da Propriedade Industrial - Decreto-Lei n. 7.903/1945, art. 114 e ss., previa que o título de estabelecimento em si era registrável.

Newton Silveira ao escrever sobre o assunto aponta que, o título de estabelecimento é um aspecto do nome comercial em sentido objetivo que não goza de proteção específica em nossa legislação vigente, sendo que na Convenção de Paris encontra tão-somente amparo em regras gerais de repressão à concorrência desleal.<sup>49</sup>

Porém, não se admite a usurpação (apossar-se ilegitimamente ou por fraude) do título de estabelecimento. Nesse caso, a proteção para o título de estabelecimento pode ocorrer pelo princípio do ato ilícito (CC, art. 186), bem como pela concorrência desleal (Lei n. 9.279/1996, arts. 195, inc. V, e 209), que, inclusive, é tipificada como crime.

É comum se expressar no ato constitutivo o nome de fantasia que será utilizado no desenvolvimento da atividade empresarial. Isso não tem o condão de assegurar a proteção jurídica conferida ao nome empresarial, mas sim de possibilitar que este nome de fantasia conste no cartão do CNPJ, documento o qual tem as principais informações da empresa. Porém, eventualmente, poderá servir de prova num confronto com outrem que inoque o uso primário do mesmo nome de fantasia.

<sup>48</sup> VASCONCELOS, Justino. *Das firmas e denominações comerciais*. cit., p. 23.

<sup>49</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. cit., p. 15.

Vale destacar que existem casos de títulos de estabelecimento que acabam se tornando também a marca empresarial (como ocorre com o próprio Pão de Açúcar). Assim, um título de estabelecimento poderá ser registrado como marca se for um sinal distintivo visualmente perceptível e não estiver entre as proibições da Lei n. 9.279/1996, art. 124, gozando assim da tutela conferida à marca.

## 5.8. Insígnia

Insígnia é um símbolo ou um emblema que tem como função a identificação do estabelecimento. A insígnia é um sinal distintivo; um detalhe para diferenciar um estabelecimento de outro. Esse sinal pode também corresponder a uma expressão gráfica, uma letra ou uma palavra.

A insígnia contempla três modalidades: nominativa, emblemática e mista. Assim, a insígnia pode ser um nome ou denominação (insígnia nominativa); desenho, figura, emblema ou símbolo (insígnia emblemática); ou a combinação de elementos nominativos e emblemáticos (insígnia mista).<sup>50</sup>

Uma empresa pode ter em conjunto título de estabelecimento e insígnia. Um bom exemplo é o título de estabelecimento “McDonald’s”, sendo a sua insígnia a letra “M”, maiúscula e amarela, estilizada de forma grande e arredondada.

Da mesma forma como ocorre com o título de estabelecimento, também não há um regime jurídico próprio para a insígnia, o que não acontece com o nome empresarial e a marca, pois cada um possui sua proteção legal.

Newton Silveira pondera que as normas referentes à concorrência desleal tutelam o título de estabelecimento e a insígnia, os quais carecem, atualmente, de registro próprio.<sup>51</sup>

A propósito, durante a vigência do Código da Propriedade Industrial - Decreto-Lei n. 7.903/1945, tanto o título de estabelecimento como a insígnia podiam ser registrados, conforme previam os art. 114 e ss.

Também não se admite a usurpação da insígnia, sendo que, nessa hipótese, a tutela jurídica da insígnia ocorrerá pela concorrência desleal e pelos princípios gerais do ato ilícito, da mesma forma que a proteção do título de estabelecimento.

Cabe esclarecer que, a insígnia poderá ser registrada como marca, desde que preencha os requisitos legais e não esteja entre as proibições da Lei n. 9.279/1996, notadamente dos art. 122 cc. art. 124, inc. II, devendo ser considerada um sinal distintivo

<sup>50</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da propriedade industrial*. cit., v. 2. p. 1.189.

<sup>51</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. cit., p. 102-103.

visualmente perceptível, ou seja, um caractere que a torna reconhecível pelas pessoas com o intuito de distinguir um produto ou serviço.

É pertinente apontar que letra, algarismo e data, isoladamente, não podem ser registrados como marca, conforme disposto no art. 124, inc. II, da Lei n. 9.279/1996. Mas poderão ser objeto de marca quando estiverem revestidos de suficiente forma distintiva. Nesse caso, a insígnia gozará da proteção legal de marca.

## 6. Conflito entre nome empresarial e marca

O conflito entre nome empresarial e marca é um tema muito relevante, mas antes de enfrentá-lo é preciso definir o que venha a ser marca. Pode-se conceituar a marca como o sinal distintivo e visualmente perceptível, não compreendido entre as proibições legais, utilizado em um produto (ou serviço) para que este seja identificado e distinguido, impedindo que possa ser confundido pelo público com outros produtos semelhantes. O regimento jurídico das marcas é dado pela Lei n. 9.279/1996, art. 122 e ss.

Para Newton Silveira, o nome empresarial representa um direito exclusivo assim como a marca, no entanto, sua proteção não é restrita ao ramo de atividade, pois envolve a própria identificação do empresário (comercial, industrial ou prestador de serviço) em suas relações de crédito, não se limitando ao âmbito concorrencial. Logo, salvo se a marca tiver proteção mais ampla pelo reconhecimento de sua notoriedade, não poderá o titular do registro da marca impedir seu uso e registro por terceiros em ramo de atividade diverso, por não haver possibilidade de confusão entre mercadorias, produtos ou serviços. Diferentemente, o nome empresarial tem uma proteção legal que não se restringe ao ramo de atividade do empresário, não podendo haver coexistência de nomes empresariais idênticos ou muito semelhantes ainda que em ramos diversos. Assim, o direito de exclusividade sobre o nome empresarial não se restringe a classes, podendo o titular impedir sua utilização por terceiros, bem como poderá impedir que outros o utilizem como marca em qualquer ramo.

O autor continua afirmando que, a possibilidade de confusão entre nome empresarial e marca é evidente, sendo que a marca não deixa de ser um aspecto do nome empresarial em seu sentido objetivo (nome pelo qual o empresário é conhecido pelo público). Inversamente, no confronto da marca com o nome empresarial, não poderá o titular do registro da marca impedir que outrem constitua nome empresarial que inclua sua marca se for para operar em outro ramo. Obviamente, que o titular do nome empresarial não poderá agir no ramo em que a marca está registrada.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. 4. ed. São Paulo: Manole, 2011. p. 16-17.

Complementando o exposto, Newton Silveira, ao pronunciar-se por meio de parecer sobre o conflito entre nome empresarial e marca, explica que a proteção ao nome comercial ou de empresa não está sujeito ao princípio da especialidade, o qual se aplica apenas às marcas.<sup>53</sup>

Vale ter em conta que, atualmente a regra geral fixa a proteção estadual ao nome empresarial, não havendo um registro nacional para nome empresarial. Logo, eventualmente pode haver o registro de uma marca a qual seja equivalente ao nome empresarial de outrem registrado em qualquer das Juntas Comerciais de uma das unidades da federação. Neste caso o registro dessa marca deve ser admitido, especialmente se o titular da marca desconhecia a existência de nome empresarial equivalente ao tempo do requerimento junto ao INPI. No entanto, se o nome empresarial tiver um renome (fama) nacional pode-se denotar uma má-fé do registro desse nome como marca por terceiro, isso em razão do aproveitamento indevido da fama alheia (concorrência parasitária).

Por concorrência parasitária entende-se o ato de um concorrente tirar proveito indevidamente dos esforços de outro concorrente; aproveitando-se da fama deste ao copiar aquilo que deu certo nos seus negócios, para assim encurtar a distância entre o esforço natural a ser dispensado e o resultado econômico correspondente.<sup>54</sup>

Sem dúvida o tema poderia ganhar outros contornos se o titular da marca fosse operar no mesmo ramo de atividade que o titular do nome empresarial já vem atuando. Nesse caso, poderia o empresário titular do nome empresarial, com registro anterior ao da marca registrada pelo terceiro, exigir a abstenção do uso da marca naquele ramo de atividade coincidente, sob pena de concorrência desleal.

Assim, os critérios da anterioridade e da especialidade são os primeiros a serem aplicados para a solução de conflito entre nome empresarial e de marca.

Daniel Adensohn de Souza pondera que a proteção do nome empresarial obsta o registro posterior de marca, realizado por terceiro, que reproduza ou imite expressão de nome empresarial, quanto mais se as partes desenvolverem atividade do mesmo ramo. Igualmente, havendo uma marca registrada não pode outrem utilizá-la a fim de compor seu nome empresarial, ou seja, usar a marca como parte do nome empresarial, se há semelhança de atividades econômicas desenvolvidas pelas partes. Isto quer dizer que, o titular de uma marca não pode impedir que outra pessoa utilize a mesma expressão a fim de compor nome empresarial, tendo em vista o princípio da especialidade (típico do regramento das marcas), devendo, portanto, conviver concomitantemente esses sinais distintivos de partes diversas, haja vista que desenvolvendo atividades em ramos diferentes não haverá confusão. O autor pondera que na jurisprudência podem-se

<sup>53</sup> SILVEIRA, Newton. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. cit., p. 35.

<sup>54</sup> SILVA, Alberto Luís Camelier da. *Concorrência desleal: atos de confusão*. cit., p. 64-65.

encontrar decisões em que para atender ao pleito de ambas as partes litigantes, em razão de conflito entre nome empresarial e marca, decidiu-se por obrigar que o proprietário do nome empresarial não utilize a expressão, que coincide com a marca registrada cuja titularidade é da parte adversa, isoladamente; podendo utilizar-se do nome empresarial por inteiro nos documentos, nas publicidades, nas placas e nos produtos.<sup>55</sup>

## 7. Conflito entre nome empresarial e nome de domínio

O tema do conflito envolvendo nomes de domínio é de extrema relevância para o Direito, diante dos eventuais conflitos que surgem daí. Acontece que, um nome de domínio registrado pode coincidir com a expressão de uma marca, nome empresarial, título de estabelecimento, etc. cuja titularidade seja de outra pessoa que não o registrador do nome de domínio.

Para melhor situarmos a temática, vale esclarecer que, por nome de domínio tem-se o endereço eletrônico de um *site*, como, por exemplo, [www.tarcisio.com.br](http://www.tarcisio.com.br). *Site* é o conjunto de informações e imagens alocadas em um servidor e disponibilizadas de forma virtual na internet. Nele constam as informações de seu proprietário, ou de terceiros, além de outras que sejam necessárias, tendo em vista sua finalidade.

Frise-se que, o acesso virtual ao *site* é feito por meio do endereço eletrônico (o nome de domínio). Ou seja, o que identifica o endereço eletrônico do *site* na internet é o seu nome de domínio.

Cabe também destacar que, o nome de domínio está diretamente relacionado com o endereço IP (número de identificação; uma sequência de 12 dígitos) de um computador, ou seja, quando se está procurando por um nome de domínio, ou página na internet, na verdade, está sendo buscado um endereço de um computador. Assim, domínio nada mais é do que um nome que facilita a memorização e localização de *sites* na rede, não sendo necessário ter que guardar na mente os números IPs.

As funções do nome de domínio são basicamente duas: a primeira de ser o endereço eletrônico, que possibilita a conexão do usuário com o conteúdo do *site*; e a segunda de estar relacionado a um nome que o identifica, que pode ser marca, título de estabelecimento, nome empresarial, órgão governamental, entidade não governamental, etc.

No Brasil, a entidade encarregada pelos registros dos nomes de domínio é o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.BR. O Comitê Gestor da Internet no Brasil inicialmente havia delegado a competência do registro de nomes de domínio à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), por meio da

---

<sup>55</sup> SOUZA, Daniel Adensohn de. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. cit., p. 127-128.

Resolução n. 2/1998. Atualmente, essa competência é atribuída ao NIC.BR, por meio da Resolução n. 001/2005.

Podemos dizer que, o registro de nome de domínio é regido basicamente por três normas, sem prejuízo de outras, quais sejam: Portaria Interministerial n. 147/95, do Ministério das Comunicações e do Ministério de Ciência e Tecnologia, que criou o Comitê Gestor da Internet no Brasil; Resolução n. 008/2008 do Comitê Gestor da Internet no Brasil, que estabelece as regras para o registro de domínio; e Resolução n. 001/2005 do Comitê Gestor da Internet no Brasil, que delega ao Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br a execução do registro de nomes de domínio, a distribuição de endereços IP's (*Internet Protocol*) e sua manutenção na internet.

À luz do art. 1º da Resolução n. 001/2005 do Comitê Gestor da Internet no Brasil, um nome de domínio disponível para registro será concedido ao primeiro requerente que satisfizer, quando do requerimento, as exigências legais para o registro do mesmo. É dever de o requerente declarar-se ciente de que não poderá ser escolhido nome que desrespeite a legislação em vigor, que induza terceiros a erro, que viole direitos de terceiros, que represente conceitos predefinidos na rede Internet, que represente palavras de baixo calão ou abusivas, que simbolize siglas de Estados, Ministérios, ou que incida em outras vedações que porventura venham a ser definidas pelo Comitê Gestor.<sup>56</sup>

Dessa forma, o interessado ao registrar um nome de domínio na internet, independentemente da intenção, poderá eventualmente registrar um nome que represente uma marca, nome empresarial, etc. cuja titularidade não a possua.

A regra geral em matéria de nome de domínio é a de que quem primeiro o registra é o titular do direito de seu uso (*"first come, first served"*: o primeiro a solicitar é o primeiro a ser servido), sendo essa a posição dos tribunais brasileiros e do Comitê Gestor.<sup>57</sup> No entanto, pode haver conflito entre o titular de um nome empresarial que queira registrá-lo como nome domínio e encontre obstáculo no fato de que alguém já tenha registrado um nome de domínio que equivale ao seu nome empresarial.

<sup>56</sup> Resolução n. 001/2005 do Comitê Gestor da Internet no Brasil:

Art. 1º - Um nome de domínio disponível para registro será concedido ao primeiro requerente que satisfizer, quando do requerimento, as exigências para o registro do mesmo, conforme as condições descritas nesta Resolução.

Parágrafo único - Constitui-se em obrigação e responsabilidade exclusivas do requerente a escolha adequada do nome do domínio a que ele se candidata. O requerente declarar-se-á ciente de que não poderá ser escolhido nome que desrespeite a legislação em vigor, que induza terceiros a erro, que viole direitos de terceiros, que represente conceitos predefinidos na rede Internet, que represente palavras de baixo calão ou abusivas, que simbolize siglas de Estados, Ministérios, ou que incida em outras vedações que porventura venham a ser definidas pelo CGI.br.

<sup>57</sup> SILVA, Alberto Luis Camelier da. *Concorrência desleal*: atos de confusão. cit., p. 147.

Neste caso, se aquele quem primeiro registrar for legitimado para a exploração daquela expressão do nome de domínio, por ser titular de nome empresarial, título de estabelecimento, insígnia, marca, nome civil etc. que corresponde ao nome de domínio, quem registrou primeiro será o titular e legitimado para explorar o endereço eletrônico. Por exemplo, a expressão “Continental” é parte de vários nomes empresariais sendo que o primeiro empresário que registrar o nome de domínio [www.continental.com.br](http://www.continental.com.br) será o legitimado a explorá-lo.

Todavia, se a pessoa que registrou o nome de domínio não tiver legitimidade para explorar aquela expressão que conste no domínio, e ficando clara a intenção de aproveitar-se indevidamente (usurpar-se), terá o titular do nome empresarial direito de requerer adjudicação compulsória do domínio, sem prejuízo de indenização por perdas e danos contra o usurpador; que eventualmente pode ter contra si a caracterização de ato de concorrência desleal ou parasitária.<sup>58</sup> Isso porque aquele detentor do domínio poderá utilizar-se de má-fé, visando, por exemplo, induzir terceiros a erro com o desvio de clientela, o que pode configurar crime de concorrência desleal. E não raro, este tipo de registro oportunístico e fraudulento visa obter vantagem indevida pela comercialização do nome de domínio a quem seria o legitimado, buscando assim obter ganhos significativos com a venda.

Daniel Adensohn de Souza pondera que havendo conflito entre nome empresarial e nome de domínio deve-se verificar no caso concreto: a anterioridade do uso do sinal distintivo; a legitimidade para o uso e registro do nome de domínio; e os ramos de atividade envolvidos.<sup>59</sup>

Diante do exposto, com muita facilidade pode vir a ocorrer um conflito, pois um terceiro pode registrar, indevidamente, um nome empresarial de outrem como seu domínio. Resultado, esse terceiro aproveita-se desse domínio para poder, mais tarde, vendê-lo ao legítimo detentor do nome empresarial. Por isso, tem-se concedido tutelas àqueles que seriam os verdadeiros titulares para a exploração do nome de domínio.

## Conclusão

Pelo estudo do nome empresarial e dos assuntos que o permeiam, como suas espécies, firma e denominação, o título de estabelecimento e a insígnia, pudemos verificar a complexidade da temática a longo de toda a pesquisa.

Iniciamos pela natureza jurídica e pela origem do nome empresarial, que está ligada a origem do nome civil, bem como analisamos a distinção existente entre

<sup>58</sup> SILVA, Alberto Luís Camelier da. *Concorrência desleal: atos de confusão*. cit., p. 150.

<sup>59</sup> SOUZA, Daniel Adensohn de. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. cit., p. 131.

ambos. Podemos perceber que nome empresarial pode ser definido como a designação adotada e utilizada pelo empresário (ou sociedade) sob a qual exerce sua atividade empresarial de indústria, comércio ou prestação de serviços, exceto intelectuais. Por sua vez, o Código Civil prevê em seu art. 1.155 que, se considera nome empresarial a firma ou a denominação para o exercício de empresa.

Vimos que a adoção de firma ou denominação impõe-se pela necessidade de se conhecer com quem se contrata e a quem se imputam as responsabilidades assumidas, ligando-se o nome empresarial à pessoa do empresário, exercendo por isso uma função subjetiva. De forma diversa, a função objetiva do nome empresarial caracteriza, individualiza e distingue a atividade do empresário na esfera concorrencial. Nesta função, o nome empresarial contempla não somente a firma e a denominação, mas também outras modalidades como o título de estabelecimento, a insígnia, a marca, entre outros.

Quanto ao regime jurídico do nome empresarial, tivemos oportunidade analisar os dispositivos do Código Civil, da Lei n. 8.934/1994, do Decreto n. 1.800/1996 e da Instrução Normativa do DNRC - n. 116/2011. Dessa forma, apontamos que o nome empresarial tem proteção territorial estendida ao Estado-membro da Junta Comercial onde a empresa foi inscrita, como regra geral; que deve atender aos princípios da veracidade e da novidade, bem como verificamos as regras sobre a formação do nome empresarial.

Contudo, a título de conclusão, entendemos que nome empresarial é uma expressão que sucedeu nome comercial, haja vista a evolução da Teoria dos Atos de Comércio para a Teoria da Empresa, sendo um tema extremamente relevante por tratar-se da forma pela qual é identificado o empresário individual, a sociedade empresária e a empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI), razão pela qual o ordenamento prevê um tratamento jurídico especial.

São Paulo, maio de 2013.

## Referências

BARBIERI, P. *La tutela del nome commerciale e la concorrenza sleale sul*. n.c. Milano: Società Editrice, 1937.

BARBOSA, Denis Borges. Prefácio do livro de Newton Silveira. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

BARRETO FILHO, Oscar. *Teoria do estabelecimento comercial*. São Paulo: Max Limonad, 1969.

GAMA CERQUEIRA, João da. *Tratado da propriedade industrial*. Rio de Janeiro: Forense, 1946. v. 2.

LEONARDOS, Thomas. *Origem, evolução, natureza e tutela do nome comercial*. Rio de Janeiro: Leuzinger, 1934.

GIACCHETTA, André Zonaro. *A proteção do nome empresarial na perspectiva do Código Civil de 2002: natureza jurídica e concorrência*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVA, Alberto Luís Camelier da. *Concorrência desleal: atos de confusão*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVEIRA, Newton. *Estudos e pareceres de propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

\_\_\_\_\_. *Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial*. 4. ed. São Paulo: Manole, 2011.

\_\_\_\_\_. Sinais distintivos da empresa. *Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro*, São Paulo: Malheiros, n. 147, jul./set. 2007.

SOARES, José Carlos Tinoco. *Nome comercial*. São Paulo: Atlas, 1968.

SOUZA, Daniel Adensohn de. *A proteção jurídica do nome de empresa no Brasil*. 2009. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo.

TEIXEIRA, Tarcisio. *Direito empresarial sistematizado: doutrina e prática*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

\_\_\_\_\_. *Curso de direito e processo eletrônico: doutrina, jurisprudência e prática*. São Paulo: Saraiva, 2013.

VASCONCELOS, Justino. *Das firmas e denominações comerciais*. Rio de Janeiro: Forense, 1957.

VERÇOSA, Haroldo Malheiros Duclerc. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Malheiros, 2004. v. 1.