

1 INTRODUÇÃO

A origem dessa designação surgiu nos primórdios da atividade comercial marítima, que na época era realizada de forma individualizada, onde os comerciantes adotavam um nome diferente do civil, de fácil memorização, para melhor propagar e vender seus produtos. Essa prática, na verdade, correspondia a uma estratégia de negócios. Ao utilizar a abreviatura, seguida geralmente da referência ao ramo de comércio a que se dedicava, o comerciante se distinguia – e, indiretamente, aos seus produtos – da concorrência, haja vista que, dessa forma, era mais fácil ao consumidor reportar-se ao comerciante pelo nome comercial, do que pelo civil. Em outras palavras, baseado em seu nome civil, o comerciante costumava criar outro nome, de mais fácil assimilação pelos consumidores e demais agentes econômicos, passando a usá-lo nos atos de comércio.

Nos ensinamentos de CAMPINHO (2004) o nome é o elemento de identificação do empresário no desempenho das relações econômicas, apresenta-se como consequência da personalidade jurídica nas sociedades empresárias. Através do nome empresarial, o empresário se torna capaz de contrair obrigações e direitos e se apresenta diante de sua clientela, onde exerce a atividade empresarial, adquirindo representatividade.

Assim, o nome empresarial serve como elemento de identificação do empresário, seja este pessoa física ou jurídica. Da mesma forma que o direito civil dá nome à pessoa natural, o nome empresarial individualiza o empresário (FAZZIO JR, 2000).

Em razão disto, dá-se o nome de empresa às atividades inerentes ao meio comercial, que estão constantemente em movimento, no intento de alcançar os seus objetivos sociais. Para tanto, faz-se necessário, a adoção de um nome que a torne uma designação única e perfeitamente identificável dentre as outras, sem correr o risco de confundir à atividade desenvolvida com os próprios sócios.

Diante desse fato, ao referir-se a um empresário, observa-se nas entrelinhas o seu nome. Ao analisar o nome empresarial, temos dimensão do horizonte pelo

qual a empresa empreenderá, ou seja, temos noção do seu objeto e da sua natureza jurídica.

Em seu exercício profissional, portanto, o mesmo deverá se identificar pelo seu nome empresarial, e não com o seu nome civil. Ao adquirir direitos ou ao contrair obrigações, no exercício de sua atividade comercial, o empresário deverá fazer uso do seu nome empresarial, sendo este atributo do empresário e não da empresa (HENTZ, 2005).

O objetivo de desenvolvimento desse tema é alertar e levar conhecimentos ao empresário, sobre a importância da formação do nome empresarial, bem como orientá-lo sobre a proteção do nome empresarial assegurada por lei.

A prática da livre concorrência – característica peculiar do liberalismo econômico – e a grande competição pela liderança do mercado consumidor, em constante crescimento; estimularam os conflitos entre as empresas causando, também, vários efeitos negativos, como a utilização criminosa de nome ou da imagem da sociedade e a assimilação indevida de criações ou obras de inventores.

Diante dessa temática surgem algumas questões relevantes, a serem discutidas, dentre elas: Como se dá a formação do nome empresarial? Qual a importância do nome empresarial para o empresário face ao mercado consumidor e sua clientela? Quais são os benefícios que os empresários adquirem ao compreender bem as regras que regem os nomes empresariais?

O presente estudo é uma revisão bibliográfica de caráter exploratório qualitativa, com obras de diversos autores, baseado em estudos e pesquisas bibliográficas. Segue uma ordem lógica, como a apresentada nos materiais e obras consultadas (livros, artigos científicos e revistas) alusivas ao assunto. O desenvolvimento desta monografia ocorre através da explanação de três capítulos sobre o tema.

O primeiro capítulo versa sobre a importância do nome empresarial, sua função, seu sujeito de direito, sua forma de registro, para fins de representatividade nas atividades empresariais.

O segundo capítulo ressalta a formação e o registro do nome empresarial, os direitos decorrentes de seu registro, seus princípios (novidade, exclusividade, anterioridade), e ainda, o âmbito territorial de proteção.

O terceiro capítulo pretende mostrar em quais circunstâncias deve ocorrer à alteração do nome empresarial e suas causas, quando lhe é facultado à alteração

voluntária, e quando a mesma deve ocorrer de forma obrigatória. Discorre sobre a proteção ao nome empresarial (preservação da clientela e do crédito), mencionando, também, a colisão entre os nomes empresariais.

As obras mais utilizadas neste estudo foram: Coelho (2005, 2007 e 2008), Hentz (2005), Campinho (2003, 2004) dentre outros ilustres doutrinadores, visando compartilhar conhecimentos em relação ao tema desenvolvido nesse trabalho.

2 NOÇÕES DE NOME EMPRESARIAL

2.1 Conceituando nome empresarial

Também chamado de marco distintivo da empresa dentro do universo social e econômico no qual se encontra inserida, assim se conceitua nome empresarial. Nesse sentido, o estudioso do direito acautela-se, acerca da definição do nome “sob o qual a empresa mercantil exerce sua atividade e se obriga nos atos a ela pertinentes”. (art.1º da IN/DNRC nº. 53/96).

Reproduzindo a concepção legal deste termo, Campinho (2003, p. 335) afirma “O empresário exerce sua empresa, se obrigando nos atos a ela pertinentes e usufruindo os direitos a que faz jus”. O autor vem a campo caracterizá-lo como parte identificadora e de amparo do empresário, na qual o mesmo tem a função de intermediar a identificação do titular da empresa, diante do seu mercado consumidor e clientela.

Dessa feita, admite-se de forma pacífica pelos doutrinadores, ser o nome empresarial um dos elementos da empresa. Elemento este, de suma importância, pois caracteriza a ligação entre a pessoa jurídica, seus clientes e fornecedores comerciais.

Por conseguinte, nome empresarial é aquele utilizado pelo empresário para se identificar, enquanto sujeito exercente de uma atividade econômica. Logo, se a marca identifica, direta ou indiretamente, os produtos e serviços, o nome empresarial irá identificar o sujeito de direito que os disponibiliza ao mercado (geralmente, uma pessoa jurídica revestida da forma de uma sociedade limitada ou anônima).

O nome empresarial se dispõe a identificar e individualizar o sujeito, que na atribuição de empresário, exerce atividade comercial. Assim sendo, “nome empresarial é aquele sob o qual o empresário e a sociedade empresária exercem suas atividades e se obrigam nos atos a elas pertinentes” (art.1º da IN/DNRC nº. 104/07).

No papel de identificação do empresário, o nome empresarial compõe elemento integrante do seu estabelecimento, constituindo bem de propriedade do titular da empresa. Em razão disto, dá-se o nome de empresa, às atividades inerentes ao meio comercial, que estão constantemente em movimento, no intento de alcançar os seus objetivos sociais. Para tanto, faz-se necessário, a adoção de um nome que a torne uma designação única e perfeitamente identificável dentre as outras, sem correr o risco de confundir á atividade desenvolvida com os próprios sócios. A essa adoção de nome identificador do sujeito de direito, é passível de proteção jurídica.

2.2 Natureza Jurídica

Por ser utilizado para designar o empresário, esse instituto deve receber proteção em face de transações comerciais indevidas. Tal proteção advém do poder legítimo de uso que os empresários gozam em relação ao seu nome, no entanto a natureza desse direito é muito questionada na ciência do direito.

2.2.1 Direito da Personalidade

Há controvérsia doutrinária sobre a natureza jurídica do nome empresarial. Parte da doutrina a entendem como um direito personalíssimo, ou seja, atribuído à personalidade servindo para nomear a própria pessoa do empresário no exercício da empresa, tendo uma função subjetiva. De outro lado, outra corrente o compreende possuir uma função objetiva, sendo uma maneira de classificação da atividade desenvolvida pelo empresário, ou seja, a empresa. Traduzindo, tem o mesmo efeito de um bem pertencente ao patrimônio.

Para Miranda, apud Tomazette (2009, p. 127), “Atribui ao direito ao nome empresarial a condição de direito da personalidade a nome especial, com algumas diferenças do direito ao nome da pessoa natural, mas ainda um direito da personalidade.”

Seguindo o mesmo raciocínio, Mamede (2004) entende que o nome empresarial deve ser compreendido como um direito de personalidade do empresário. Esse autor baseia-se no art. 52 do Código Civil, que atribui às pessoas jurídicas os direitos de personalidade, dentre eles o direito ao nome (art.16 do CC). Mamede justifica sua preleção com base no disposto do artigo 1.164 do Código Civil, que proíbe a alienação do nome empresarial.

Tomazette (2009, p. 128), afirma que “Os direitos da personalidade são aqueles destinados a dar conteúdo à personalidade”. Tais direitos da personalidade têm vários elementos característicos. Torna-se necessário a análise das características desse direito.

Os direitos de personalidade são *erga omnes*, devido resguardado contra todos. Assim, eles trazem consigo uma obrigação negativa geral de não praticar qualquer ato que possam prejudicá-los (ALVES, 1998). Entretanto, seriam direitos necessários na medida em que estão diretamente ligados à existência da personalidade jurídica (TOMAZETTE, 2009), ou seja, quem tem personalidade jurídica tem direitos da personalidade.

Como não podem ser eliminados por ato de vontade do seu titular são denominados irrenunciáveis. Essa falta de disponibilidade sobre tais direitos garante a eles uma vida paralela à vida do seu titular (DE CUPIS, 1961). Ainda recebem a denominação de imprescritíveis, pois a qualquer momento providências podem ser tomadas a fim de excluir qualquer transgressão aos direitos de personalidade.

Além disso, os direitos da personalidade possuem também características de direitos extrapatrimoniais. Como explicitado por Tomazette (2009, p.128), “sem valor econômico, não são passíveis de mensuração em dinheiro; assim, qualquer indenização pela transgressão de um direito da personalidade tem como propósito somente garantir o equivalente ao valor de tais direitos”.

Ademais, os direitos da personalidade são intransmissíveis, inalienáveis e impenhoráveis. Entretanto, para alguns autores, o nome empresarial não possui a natureza de direito da personalidade na medida em que não possui todas as características alhures expendidas. Este é o posicionamento do ilustre autor Tomazette (2009, p. 129) o qual argumenta:

O nome empresarial pode ser usado por outras pessoas, desde que haja alienação do estabelecimento, permissão expressa no contrato e que o adquirente use o nome precedido do seu próprio na condição de sucessor. Mesmo que o antigo estabelecimento deixe de existir, o nome pode continuar a ser usado, o que afasta a qualidade de atributo da personalidade jurídica.

Tal regra visa compatibilizar os interesses do empresário numa eventual alienação do nome empresarial que pode assumir um valor econômico com o interesse dos consumidores em não ser enganados a respeito da proveniência e qualidade e qualidade de bens ou serviços negociados sob determinado nome empresarial.

Portanto, se o nome pode ser transferido, se ele tem um valor econômico, ele não é um direito da personalidade.

Contudo, Mamede (2004, p. 111), em posição diametralmente oposta, assevera que o nome empresarial é compreendido como direito de personalidade, devendo ser reconhecido como:

(...) um bem moral, bem que compõe o patrimônio moral do empresário ou da sociedade empresária, não comportando transmissão e, portanto, alienação, sucessão hereditária, penhor, penhora etc. Mas são, a exemplo do nome civil, passíveis de alterações, embora em hipóteses distintas das previstas para aqueles. (...) O artigo 1.167 do Código Civil, quando permite ao prejudicado, a *qualquer tempo*, ajuizar ação para anular a inscrição do nome empresarial feita com violação da lei ou do contrato, é outro indicativo de que se trata de direito que, guardadas as particularidades relativas à pessoa jurídica, segue a lógica própria do regime dos direitos personalíssimos.

2.2.2 Direito de propriedade

Em referência ao direito de propriedade, o nome empresarial, para alguns mestres do direito, possui a qualidade de um bem patrimonial complemento do estabelecimento.

Para autores como Giuseppe Valeri e João da Gama Cerqueira, citados por Tomazette (2009) sobre o nome empresarial recai um direito de propriedade visto que aquele é identificado como um dos elementos da propriedade industrial.

Da mesma forma, Campinho (2004) interpretando o disposto no artigo 1.164 do Código Civil, reconhece no nome empresarial a condição de um bem patrimonial, integrante do estabelecimento, ante a possibilidade sua de alienação desde que respeitadas às prescrições do parágrafo único de citado preceito legal.

Outro defensor dessa teoria é Ferrara Jr (1950, p.180), o qual afirma “O nome tem um valor econômico, porque a ele se vincula a clientela, goza de proteção *erga omnes*, na medida em que seu uso exclusivo é reservado ao seu titular”. A partir desta afirmação, o ilustre autor conclui que “O nome é um direito de propriedade sobre um bem incorpóreo”.

2.2.2.1 Direito pessoal

Há autores, como Mendonça (2000), que reconhecem no nome empresarial um direito pessoal, sob a justificativa que o nome empresarial não pode ser considerado objeto de comércio, afastando-o, pois, do direito de propriedade. Argumenta, ademais, que a proteção absoluta não é exclusividade dos direitos, o que possibilita a configuração dos direitos pessoais. Este também é o entendimento de Tomazette (2009, p. 130):

Adotamos esta opinião, porquanto o nome empresarial tem um valor econômico, não é ligado exclusivamente à personalidade do empresário e não há exclusividade. Em suma, o direito sobre o nome empresarial é um direito pessoal.

2.2.2.2 Função do nome empresarial

Como característica distintiva que reconhece o empresário no desempenho de sua atividade, o nome empresarial traz a público duas questões relevantes, uma de ordem subjetiva, que tem por função individualizar e identificar o sujeito de direitos, exercente de atividades empresariais, e alheio a esta, uma de ordem objetiva, que lhe garante fama, renome, reputação e dentre outros.

Em relação à expressão, de cunho constitucional, de nomes de empresas, integram-se todos os conceitos utilizados por entes econômicos, civis ou comerciais, dotados de personalidade ou não, de forma a singularizar em apenas um símbolo de nomeação, sua disposição na concorrência.

Entenda-se pelo termo *nominação*; o ente em si que é designado, e não seus produtos, mercadorias e serviços – objeto estes designados *marca*. Não se assemelha também, a nome de empresa, o título do estabelecimento ou a *insígnia*; estes são chamados de *designações* ou *emblemas* distintivos de um estabelecimento, e não de uma empresa.

Portanto a função do nome de empresa está relacionada à *nominação*, e não em fazer recomendações sobre atividades permissivas, sobressair e elevar qualidades de produtos, mercadorias ou serviços, ou ainda chamar para si, à atenção dos consumidores ou usuários, como acontece nos casos dos anúncios e propagandas.

2.2.2.3 Espécies de nome empresarial (tipos e estrutura)

O nome empresarial, expressão utilizada pelo empresário para se expor perante terceiros em suas relações, faculta-se a ser pessoa física, no caso de empresário individual, ou pessoa jurídica, no caso de sociedade empresária.

Logo o Código Civil de 2002 expressa legalmente acerca desse juízo, estabelecendo em seu art. 1.155, que o nome empresarial é a firma ou denominação admitidas para o exercício da empresa. Assim preleciona Alves (1998, p.91)

Firma é o nome através do qual o comerciante exerce sua atividade e assina nos atos a ela referentes; destarte, além de nome é também assinatura. Já a denominação, embora seja uma espécie de nome empresarial não vale como assinatura, sendo inábil para obrigar a pessoa jurídica, pois é nome de fantasia que pode ou não indicar o objeto social.

Percebe-se, portanto, duas espécies diferentes de nome empresarial: a firma individual, e a denominação. Ambas estabelecem diferenças em relação à estrutura e a função. Ao que tange a estrutura, a firma só pode ser constituída com base no nome civil do empresário individual ou dos sócios da sociedade. A denominação, por outro lado, deve designar o objeto da empresa acrescido de qualquer outra expressão lingüística, além do tipo societário. Considerando á sua função, as duas espécies (firma e denominação), se diferenciam na medida em que a firma

representa a assinatura da empresa e a denominação é somente um elemento de identificação do empresário na atividade comercial.

2.2.3 Firma individual

A composição da firma se dará com base no nome civil completo do empresário individual ou dos sócios da sociedade. Desse modo, o nome empresarial será sempre constituído de um ou mais nomes civis; identificando dessa forma seus titulares de direitos. Para Martins (1991, p. 100-101)

É o nome comercial formado do nome patronímico ou de parte desse nome de um comerciante ou de um ou mais sócios de sociedade comercial, acrescido ou não, quando se trata de sociedade, das palavras e companhia. O comerciante individual, por realizar o comércio sozinho, naturalmente terá uma firma composta de seu nome patronímico, usado por extenso ou abreviadamente... não pode usar um nome de fantasia como nome comercial.

Por conseguinte, temos que, se Paulo Nogueira Silva, pessoa física ou natural, for exercer o comércio individualmente e de forma profissional, deverá adotar, como nome empresarial com o qual se identificará nas obrigações comerciais, o seu nome completo, por extenso ou abreviadamente: Paulo Nogueira Silva (nome completo por extenso), ou ainda P. N Silva (nome abreviado). Ao nome patronímico pode ser acrescentada uma palavra que melhor caracterize o empresário individual (mencionando o ramo de atividade, a característica pessoal do indivíduo ou o apelido). Por conseguinte teremos: P. N Silva Automóveis, ou P. N Silva, o filho ou viúvo P. N Silva. (NCC, art. 1.156)

Quanto às sociedades empresariais, quando adotarem firma, seu nome empresarial será constituído pelos nomes de seus sócios, que assim como na firma individual, também podem ser abreviados. Podendo constar de supressão de alguns prenomes ou sobrenomes de seus titulares, porém é necessária a identificação da figura dos sócios, no contexto da leitura do nome da empresa.

Exemplificando: se Paulo Nogueira Silva constituir uma sociedade com Carlos Eduardo Noronha, em que ambos assumem o compromisso de responder ilimitadamente pelas obrigações sociais, usarão como nome comercial, uma firma ou

razão social constituída pelos nomes dos dois sócios (Silva & Noronha) ou pelo nome de apenas um dos sócios, adicionando-se a expressão “e companhia”, por extenso ou abreviada (Silva e companhia ou Silva & Cia ou Noronha e Companhia ou Noronha & Cia), consoante art. 1.157 do CC.

Não será necessário, portanto, que os nomes de todos os sócios vinculem na composição da razão social; ou seja, no caso de ocorrência de três ou mais sócios, pode-se acrescentar no final do nome a expressão “e Cia.” ou “e “companhia”, facultando ainda, a substituição por expressão equivalente, tal como *e filhos* ou *e irmãos*.

A expressão do nome do sócio na firma indica que a responsabilidade do empresário ou dos sócios é ilimitada, ou seja, que o patrimônio do particular responde pelas obrigações contraídas perante terceiros, caso insuficiente o patrimônio da empresa ou sociedade em si. Por esta razão, a firma se faz obrigatória para o empresário individual, para a sociedade em comandita simples e para a sociedade em nome coletivo.

É relevante ressaltar que somente os sócios que representam na firma assumem responsabilidade ilimitada. Os outros sócios que se ocultam sob a expressão & Cia. podem ou não ter responsabilidade ilimitada. A clientela, para saber a posição destes sócios, devem verificar na Junta Comercial (NCC, parágrafo único do art. 1.157).

2.2.4 Denominação

A denominação deve caracterizar o objeto social da empresa, apresentar uma expressão lingüística qualquer (inclusive composta pelo nome civil dos sócios pertencentes á sociedade), além do tipo societário. A denominação só pode ser adotada como nome empresarial por sociedades empresariais em que os sócios respondam, pelas obrigações assumidas pela sociedade apenas responsabilidade limitada ou às quotas com que participaram para a constituição do capital social ou, no máximo, ao próprio capital da sociedade.

As sociedades limitadas podem utilizar como nome comercial uma firma ou denominação, sendo indispensável indicar que se trata deste tipo de sociedade

mediante o uso da palavra limitada por extenso ou abreviada. Como exemplo temos: Companhia Viação Pássaro Branco Limitada ou Companhia Viação Pássaro Branco Ltda. (NCC, art. 1.158)

A denominação não é uma assinatura como a firma, mas um nome, ou expressão adotada para a empresa coletiva com o intuito de designar o tipo de atividade realizada. Ao contrário da firma, demonstra que a responsabilidade dos sócios é limitada. Essas denominações geralmente são nomes inventados ou estão relacionados com seu objeto social, conforme o exemplo: Cia. Farmacêutica do Brasil; Carrocerias Prado S/A; Raio de Sol Piscinas LTDA; sendo chamados de "elemento fantasia".

No que se refere às sociedades em comandita por ações também podem adotar como nome empresarial uma firma ou denominação, sendo indispensável acrescentar a expressão "sociedade comandita por ações" ou "comandita por ações". Dessa forma: Viação Pássaro Branco, Sociedade Comandita por Ações ou Viação Pássaro Branco, Comandita por ações (art. 1.090).

Por fim, as sociedades anônimas só podem adotar como nome empresarial uma denominação constituída pelo objeto da sociedade, acrescido de um nome fantasia. Na denominação, deve constar a expressão "sociedade anônima" por extenso ou abreviada, no início, no fim ou no meio. É permitido, ainda, a utilização da palavra "companhia", mas apenas no início, sendo proibida a sua utilização no final da denominação, por ser sinal de indicação de outros tipos de sociedade.

Salienta-se que na denominação da sociedade anônima pode-se mencionar o nome do sócio fundador, acionista, ou pessoa que haja concorrido para o sucesso empresarial, consoante parágrafo único do art. 1.160 do CC. Como exemplo: Madeireira São Francisco de Assis S/A, Indústrias Lácteas Carlos Prado S/A e Companhia Carlos Prado de Lácteos e Derivados.

2.3 Distinções entre nome empresarial e demais institutos empresariais

Segundo os ensinamentos de Borba (1999) o nome comercial é o nome jurídico da sociedade, não se confundindo com títulos de estabelecimento, sinais, símbolos e marcas.

É de suma importância não confundir nome empresarial com marca, pois ambos se diferem: o nome empresarial é a identificação da empresa (empresário individual ou sociedade empresária) e a marca é a classificação de um produto (bens ou serviços). A proteção do nome empresarial advém da inscrição do empresário ou o registro da sociedade empresária na Junta Comercial (o Registro Mercantil ou Registro Empresarial); por outro lado, a marca encontra proteção junto ao registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Logo, se uma instituição empresarial (sociedade) que tenha por nome *General Motors do Brasil Ltda* pode possuir por registro da marca *Chevrolet* e, ainda, da marca *Cadillac* e outras, com as quais caracterizem seus produtos. Evidentemente, nada proíbe que o núcleo do nome empresarial venha a ser registrado com marca, obtendo esse amparo específico: *Editores Atlas S/A* (nome empresarial) e *Atlas* (marca); *Ford do Brasil S.A* (nome comercial) e *Ford* (marca). Em vista disso, não se alude à representação gráfica da marca, proporcionalmente diversa do nome empresarial.

É digno de observação, que sob o ponto de vista mercadológico, é apropriado e lucrativo adotar-se nos dois denominadores, o mesmo núcleo linguístico. Logo, o *Banco Itaú S/A* é o nome empresarial que designa o sujeito de direito titular da marca de serviços bancários *Itaú*. Diante das normas jurídicas vigentes, portanto, é irrisório se existe ou não identidade linguística. O amparo dispensado a cada identificador será a suposta no adequado regime jurídico.

Assim, o nome empresarial, como meio de identificação do empresário, não se confunde com outros institutos identificadores da atividade empresarial, que também têm por sua função, o amparo jurídico, como a marca, o nome de domínio e o título do estabelecimento.

Ao passo que, o nome empresarial identifica o sujeito que exerce a empresa, e a marca reconhece, direta ou indiretamente, produtos ou serviços; o nome do domínio caracteriza a página na rede mundial de computadores e o título do estabelecimento, o ponto.

As diferenças entre o nome empresarial – que reúne uma série de normas práticas a fim de fazer valer a legislação que garanta sua particularidade – e outros mecanismos de preservação ao negócio empresarial são patenteadas segundo suas funções peculiares dos institutos assecuratórios dessa individualização. Segundo os ensinamentos do renomado professor Coelho (2003, p. 73)

Como elemento de identificação do empresário, o nome empresarial não se confunde com outros elementos identificadores que habitam o comércio e a empresa, os quais têm, também, proteção jurídica, assim a marca, o nome de domínio e o título de estabelecimento. Enquanto o nome empresarial identifica o sujeito que exerce a empresa, o empresário, a marca identifica, direta ou indiretamente, produtos ou serviços, o nome de domínio identifica a página na rede mundial de computadores e o título de estabelecimento, o ponto.

3 FORMAÇÃO E REGISTRO DO NOME EMPRESARIAL

É da competência das Juntas Comerciais a análise preliminar do ato constitutivo, na ocasião do ingresso para inscrição em seus registros, quanto à regularidade do nome empresarial e sua possibilidade de cadastro. Verifica-se, assim, se o nome empresarial está em conformidade com as normas do direito comum e normas complementares, sob pena de rejeitar o registro do empresário. Nos casos de rejeição do registro do ato constitutivo, este será devolvido ao pretendente visando efetuar as correções cabíveis. Resguardado em lei, o nome empresarial que será registrado não poderá apresentar colisão nem semelhança a outro anteriormente registrado, consoante determinação do art. 62, § 2º do Dec. 1.800/96. Para tanto, as Juntas Comerciais têm à sua disposição, instrumentos internos de fiscalização dos nomes empresariais que já estão inscritos, de forma a viabilizar uma análise antecipada ao cadastro dos demais.

Para a sua formação, o nome empresarial deverá, além de atender aos princípios da veracidade e da novidade (Lei nº. 8.934/94, art. 34), e identificar quando exigido por lei o tipo jurídico da sociedade, observar uma série de preceitos legais.

Coelho (2003) preleciona que, em relação ao empresário individual e a cada tipo de sociedade empresária, o direito contempla regras específicas de formação do nome empresarial. Assim, existem tipos de sociedades que só podem adotar firma ou denominação segundo a vontade de seus sócios, e outras que só poderão adotar uma ou outra espécie de nome empresarial conforme determinado pela legislação. Dessa feita, variam as ocorrências em que o empresário poderá adotar firma ou denominação.

A começar pelo empresário individual, este adota firma (art. 1.156 do CC), tendo por base seu nome civil, facultando-lhe à opção em abreviá-lo ou não na composição de seu nome. Ademais, caso queira, poderá adicionar o ramo de atividade exercente. Deste modo, podem-se listar as seguintes opções de nome empresarial de uma pessoa física com o nome de Carlos Rocha Ferreira, o qual se

inscreva como empresário individual: “Carlos Rocha Ferreira”; “C. R. Ferreira”; “Rocha Ferreira”; “R. Ferreira, Aviamentos”, dentre outros.

Para a sociedade em nome coletivo, esta também poderá adotar apenas firma social (art. 1.1157 do CC), utilizando o nome civil de um, alguns ou de todos os seus sócios. Tais nomes poderão ser empregados por extenso ou na forma abreviada, segundo a conveniência de seus titulares. Caso não utilize o nome de todos os sócios, é obrigatório o uso do complemento “e companhia” ou da forma abreviada: “& Cia”. Faculta-se, também, aos sócios anexar, ou não, a atividade exercida. Note o exemplo de sociedade composta pelos sócios Carlos Andrade, Francisco Silva, e Eduardo Menezes, que tem como opções de nome: “Carlos Andrade, Francisco Silva & Eduardo Menezes”, “Andrade, Silva & Menezes”, “C. Andrade, F. Silva & Menezes, Advogados Associados”, ou ainda “Carlos Andrade & Cia”; dentre outras opções.

Para a sociedade em comandita simples igualmente só poderá formar o nome empresarial por meio de firma (art.1.1157 do CC), na qual somente conste o nome civil de sócio(s) comanditado(s). É importante ressaltar que não é facultado o uso do nome civil do(s) sócio(s) comanditário(s) na composição do nome empresarial, haja vista que este não responde ilimitadamente pelas obrigações da sociedade. Desta forma, é necessária à adoção do complemento “e companhia”, escrito por extenso ou na forma abreviada “& Cia”, visando aludir ao sócio que se encaixa nessa modalidade. Sendo assim, o nome civil do sócio comanditado pode ser utilizado escrito por extenso ou na forma abreviada, podendo-se acrescentar a atividade de negócio exercido pela sociedade. Desse modo, citam-se as seguintes opções para a formação do nome empresarial de uma sociedade em comandita simples, onde os sócios comanditados sejam Carlos Rocha e Francisco Silva: “Carlos Rocha, Francisco Silva & Cia.”, “C. Rocha & Companhia”, “Rocha, Silva & Cia – Advogados Associados”, dentre outros.

No que tange à sociedade em conta de participação, devido sua condição específica de sociedade confidencial, a mesma não tem permissão de adotar nome empresarial (firma ou denominação) que dê a conhecer a sua existência (CC, art. 1.162).

Para a sociedade limitada, esta tem permissão, por lei, a adotar firma ou denominação (art. 1.1158 CC). Se a mesma preferir utilizar firma, poderá inserir nela o nome civil de um, alguns ou de todos os sócios que a constituem, por extenso ou

abreviadamente, servindo-se do complemento "e companhia" ou "& Cia", toda vez em que preferir o nome de pelo menos um deles. Porém, optando por firma ou denominação, será obrigatório o reconhecimento do tipo societário por meio da expressão "limitada", por extenso ou abreviada ("Ltda."), sob pena de responsabilização ilimitada dos administradores que se utilizarem do nome empresarial (CC, art. 1.158 § 3º). Faculta-se aos sócios tornar claro ou não o seu ramo de negócio no nome empresarial. Assim, citam-se como exemplos de nome empresarial de sociedade limitada: "Carlos Rocha & Cia. Ltda", "Silva & Rocha, limitada", "C. Rocha & Silva, Advogados Associados Ltda.", "Datavenia Escritório de Advocacia, Sociedade de Responsabilidade Limitada" etc.

Em se tratando de sociedade anônima, a mesma só poderá adotar denominação no qual deve fazer referência ao objeto social desde a entrada em vigor do Código Civil de 2002, conforme prescreve o art. 1.160. É obrigatória a caracterização do tipo societário no nome empresarial através da locução "sociedade anônima", por extenso ou abreviadamente, utilizada no início, no meio ou no fim da denominação, ou ainda, pela expressão "companhia", por extenso ou abreviado, constante do início ou do meio da denominação, segundo prescreve o art. 3º da Lei n. 6.404/76. Igualmente é autorizada a utilização de nomes civis de pessoas que instituíram a companhia ou concorrem para o seu bom êxito (parágrafo único, art. 1.160 do CC). Exemplos: "S.A. Datavenia — Escritório de Advocacia", "Datavenia S.A. — Escritório de Advocacia"; "Datavenia Escritório de Advocacia Sociedade Anônima"; "Companhia de Advogados Datavenia"; "Datavenia — Cia. de Advogados", etc.

Nesse contexto, a sociedade em comandita por ações tem por faculdade adotar firma ou denominação (art. 1.161 CC). Em se tratando de firma, pode utilizar apenas o nome civil, por extenso ou abreviado, dos sócios diretores ou administradores que respondem ilimitadamente pelas obrigações sociais. Se optarem pelo uso da denominação, exige-se a alusão ao objeto social. Optando por firma ou denominação, será obrigatória a identificação do tipo societário pela locução "comandita por ações", ainda que abreviada. Se instituído no nome civil de um ou mais acionistas com responsabilidade ilimitada (diretores), é obrigatória a locução "e companhia", por extenso ou abreviado. Como exemplo: "Carlos Rocha e Companhia, Comandita por Ações"; "Datavenia Advocacia CA"; "Comandita por Ações Silva, Rocha & Cia." dentre outras opções.

É necessário ressaltar que a sociedade empresária, independentemente do tipo societário, que tenha ingressado em juízo com medida de recuperação judicial deve acrescentar ao seu nome, em todos os atos, contratos e documentos, inerentes ao exercício de empresa, a expressão "em Recuperação Judicial" (Lei de Falência, art. 69).

Deve-se salientar, ainda, que o empresário, ao se inscrever como microempresário ou empresário de pequeno porte, terá adicionado ao seu nome a locução alusiva destas circunstâncias "ME" ou "EPP", simultaneamente "micro-empresa e "empresa de pequeno porte" conforme estabelece o art. 11 da Lei nº. 8.864/94.

Por inúmeras vezes, contudo, não será possível definir se determinado nome empresarial é firma ou denominação, considerando apenas a análise de sua estrutura de formação, necessitando-se, nestes casos, da averiguação do contrato social ou em documento concernente.

Ademais, conforme Instrução Normativa nº. 104/2007, expedida pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio, não será permitido a utilização na formação do nome empresarial de palavras ou expressões que denotem atividade não desenvolvida pela sociedade (art. 5º, § 2º), bem como não registráveis e inadmissível a composição de nomes que incluam "siglas ou denominações de órgão públicos da administração direta ou indireta e de organismos nacionais e internacionais" (art. 7º).

3.1 Direitos decorrentes do registro

3.1.1 Exclusividade e Proteção ao Nome empresarial

Como relatado anteriormente, o nome empresarial, antes denominado nome comercial, é um dos meios de identificação da empresa nas suas transações negociais ou em quaisquer outras relações em que se considere como parte interessada. O nome empresarial pode ser constituído de dois formatos: firma ou denominação.

Segundo a Lei 8.934/94, que dispõe sobre o Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins, o nome empresarial obedecerá aos princípios da veracidade e da novidade (art. 34). Dispõe, também, que a proteção quanto à exclusividade de uso, emana automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos do empresário individual e de sociedades, ou de suas alterações, nas Juntas Comerciais (art. 33).

Para invocar a proteção do nome de empresa, portanto, leva-se em conta a ocasião do arquivamento dos atos constitutivos na Junta Comercial; o que conseqüentemente, implica a legitimidade da empresa e até mesmo sua boa fé.

É importante salientar que o direito exerce proteção em relação ao nome empresarial, por meio de seus institutos tendo em vista assegurar ao empresário sua propriedade. O titular do nome possui exclusividade de uso, possuindo a capacidade de impedir que outro empresário se identifique através de nome idêntico ou semelhante a fim de que não ocorram confusões ou distorções. É o que prescreve o art. 1.163 do CC/ 2002.

No que se refere a exclusividade do nome empresarial, tal princípio visa evitar que a semelhança de nomes venha a gerar concorrência desleal e prejuízos econômicos. Como assevera Mamede (2004 p.116), “A proteção à firma – à razão empresarial – concretiza-se no interesse não só do empresário ou da sociedade empresária, mas também da sociedade e do mercado (fornecedor e consumidor)”.

Em conformidade com essa afirmação, quem fizer uso do nome empresarial de modo indevido, responderá penalmente por crime de concorrência desleal, de acordo com a resolução do artigo 195, inciso VII, da Lei de Propriedade Industrial (Lei Nº. 9.279, de 14 de maio de 1996) nestes termos:

Artigo. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...]

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece á venda ou tem em estoque produtos com essas referências; [...]

Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

A utilização ilegal de nome empresarial alheio de firma registrada ou já inscrita resguarda ao titular o direito de requerer a proibição do uso, indenização por perdas e danos, e conseqüentemente; ação criminal se couber.

A faculdade de uso exclusivo de identificação é algo intrínseco ao nome empresarial. Por essa razão, não deve existir colisão com outros nomes homônimos ou homófonos.

3.2 Princípio da novidade e da veracidade.

Para a formação e registro do nome empresarial deve-se atentar a dois princípios básicos a objetivando resguardar a reputação dos empresários e dificultar a concorrência desleal, a saber: princípio da veracidade ou autenticidade e princípio da novidade (Lei nº. 8.934/94, art.34).

Pelo princípio da novidade, o nome empresarial deve diferenciar-se dos demais já inscritos no mesmo órgão de registro (CC 2002, art. 1.163); caso apresente nome idêntico ao de outros já inscritos, será obrigatório acrescentar qualificação que o diferencie (CC 2002, art. 1.163, parágrafo único).

Quanto ao princípio da veracidade ou da autenticidade, este disciplina e coíbe a adoção de nome que transmita informação duvidosa sobre o empresário. Assim, a firma deve ser composta a partir do nome civil do empresário individual e, em se tratando de sociedade empresária, utilizando-se o nome civil de seus sócios. Ademais, deve o nome empresarial prontamente identificar o tipo de sociedade e o grau de responsabilidade de seus integrantes.

É importante ressaltar que o nome além de ser distinto dentre os demais, não deve ser passível de confusão com os mesmos.

A Lei 8.934 de 18/11/1994, assevera em seu art. 33 que a proteção ao nome empresarial emana automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos de firma individual e de sociedades, ou de suas alterações, condicionando a proteção a tais princípios.

Fazendo um paralelo entre o predito artigo e o princípio da veracidade ressaltamos que, ao contrário do que acontece com as marcas inteiramente cedível, o nome empresarial não será objeto de alienação (CC 2002, art. 1.164). O comprador da instituição comercial, por ato entre vivos, tem faculdade, apenas quando o autorizado em contrato, de fazer uso do nome do alienante precedido do seu próprio, com alcunha de “sucessor” (CC 2002 art.1.164, parágrafo único). Requião (1993, p.151) assevera:

É notável o quanto esse princípio é importantíssimo no que se refere aos nomes empresariais: a responsabilidade tanto do empresário, quanto do sócio seria elemento essencial na atividade empresarial, e conseqüentemente o nome autêntico de quem a assume não poderia ser utilizado por terceiros.

3.3 Princípio da anterioridade

Com o registro surge a proteção do nome comercial, pois a lei não admite nova inscrição de nome já registrado. Dessa forma, nenhum nome idêntico ou já existente poderá ser registrado posteriormente, instituindo-se, portanto, o princípio da anterioridade do registro.

Tudo isso para evitar a concorrência desleal. No caso de tal confusão (colisão de nomes), deve-se examinar quem de fato, possui a autoridade de uso ou registro, ou seja, quem houver se inscrito anteriormente possui o direito de gozá-lo em detrimento do outro.

3.4 Âmbito de Proteção territorial – Princípio da territorialidade.

A proteção ao nome empresarial se dá por intermédio da inscrição da empresa na Junta Comercial, ou seja, decorre simultaneamente do registro do empresário ou da sociedade empresária na Junta Comercial.

Relacionado ao âmbito de proteção, há uma grande divergência ao se discutir se as empresas gozam de proteção em todo o território nacional ou se ela se dá somente no âmbito do estado onde a mesma foi registrada.

Com a entrada em vigor do art. 1.166 do CC/2002, a questão se coloca do seguinte modo: aludida norma prevê que a proteção ao nome empresarial é limitada a unidade federativa, uma vez que o arquivamento é feito na Junta Comercial de âmbito estadual. Dessa forma a princípio, a proteção é estadual e para que a proteção seja de âmbito nacional é imprescindível que o registro do nome empresarial seja feito de acordo com a lei especial. Para melhor entendimento segue a citação do referido artigo:

Art. 1.166. A inscrição do empresário, ou dos atos constitutivos das pessoas jurídicas, ou as respectivas averbações, no registro público, asseguram o uso exclusivo do nome nos limites do respectivo Estado.

Parágrafo único: O uso previsto neste artigo estender-se-á a todo território nacional, se registrado na forma de lei especial.

Caso se queira estender o âmbito de proteção ao nome empresarial, é necessário, portanto, que o empresário providencie um pedido à Junta Comercial do Estado onde se queira estender a proteção (Instrução Normativa do DRNC nº. 53/96, art.13). Assim, a proteção ao nome empresarial em âmbito nacional é prevista como exceção à regra.

Ressalta-se ainda que, nos termos do art. 1.167 do Código Civil, o empresário prejudicado poderá, a qualquer momento, interpor “ação para anular a inscrição do nome empresarial feita com violação da lei ou do contrato.” A ação contra o uso indevido do nome empresarial é, portanto, imprescritível.

4 ALTERAÇÃO E PROTEÇÃO DO NOME EMPRESARIAL

4.1 Alteração voluntária

O nome empresarial poderá ser alterado em decorrência da livre vontade do empresário, sendo este, pessoa física ou jurídica; ou independente dessa vontade, de forma obrigatória ou vinculada. Contudo, seja qual for a procedência da alteração, faz-se necessário sempre respeitar as normas de formação do nome empresarial, mencionadas anteriormente.

Em se tratando de alteração do nome empresarial por livre vontade de seu titular, sendo esta sociedade empresária, torna-se necessário, "(...) a concorrência da vontade de sócios que detenham participação do capital social que lhe assegure o direito de alterar o contrato social" (COELHO, 2008, p.80).

4.2 Alteração Obrigatória

Segundo nos ensina Coelho (2008) , em analogia aos nomes empresariais baseados em nome civil, suas causas de alteração obrigatória correspondem às seguintes:

Deve-se alterar o nome empresarial com o intuito de retirar desse o nome civil do sócio falecido, excluído ou que se retirou da sociedade consoante art. 1.164 do CC. Caso essa alteração obrigatória não ocorrer e o nome civil do sócio em questão permanecer integrando o nome empresarial, esse ex-sócio ou seu espólio responderá pelas obrigações sociais nas mesmas condições em que respondia quando ainda integrava o quadro societário (COELHO, 2008).

Acontece, também, alteração obrigatória quando há modificação da categoria do sócio, cujo nome integra-se o nome empresarial, para uma categoria

incompatível com o nível de responsabilidade anterior. Coelho (2008, p.80) exemplifica:

Se o sócio comanditado de uma sociedade em comandita simples passa a ser comanditário, ou se o acionista não diretor da sociedade em comandita por ações deixa as funções administrativas, o seu nome civil não poderá compor o nome da sociedade, a firma social. (COELHO, 2008, p.80).

Caso não proceda a alteração do nome empresarial conforme indicado, o sócio relacionado continuará respondendo pelas obrigações sociais, conforme disposto no parágrafo único do art. 1.157 do CC. Assim, o sócio em questão, para fins legais é considerado ainda, como parte integrante da categoria anterior (a qual permitiu a princípio, a utilização de seu nome civil na composição do nome empresarial). (COELHO, 2008).

Segundo o artigo 1.164 do CC, o nome empresarial não pode ser objeto de alienação. A exceção se verifica na hipótese de alienação do estabelecimento empresarial, por ato entre vivos, na qual, caso esteja previsto em contrato, o adquirente poderá usar o nome do alienante, desde que precedido do seu e com a expressão “sucessor de” (COELHO, 2007). Assim, a alienação do estabelecimento por ato entre vivos estabelece mais uma causa de alteração obrigatória do nome empresarial.

Sobre o tema, Coelho (2007, p. 81) assevera que

Estas três causas de alteração obrigatória do nome empresarial fundado em nome civil decorrem de regra de composição que se costuma chamar de "princípio da veracidade" (LRE, art. 34). De acordo com este princípio, é defeso ao empresário valer-se, na composição de seu nome empresarial, de elementos estranhos ao nome civil, de que seja titular como pessoa física, ou de que sejam titulares os seus sócios, se pessoa jurídica. Este princípio não se aplica, integralmente, à denominação da sociedade anônima, que pode ser composta por nome civil de fundador ou pessoa que tenha concorrido para o êxito da empresa, ainda que não seja mais acionista (CC, art. 1.160, parágrafo único; (LSA, art. 3)).”

Em se tratando da mudança compulsória da firma ou denominação, o Direito prevê duas causas.

A primeira se dá pela alteração de tipo societário da sociedade empresária, como por exemplo, passar de sociedade limitada para sociedade anônima ou vice versa. Diante da transformação societária, deve-se obrigatoriamente alterar o nome

empresarial ajustando-o as regras relativas ao novo tipo societário adotado. Caso assim não se proceda, a transformação será considerada ineficaz perante terceiros que vierem a contratar com a sociedade.

A outra causa de alteração do nome empresarial é a relacionada à lesão de direito de outro empresário, fundamentado no sistema de proteção do nome empresarial. Segundo essa norma, “O empresário estará obrigado a alterar o seu nome empresarial sempre que este lesar direito de outro exercente de atividade empresarial, sob pena de alteração coercitiva e responsabilização por perdas e danos” (COELHO, 2007, p. 81).

4.3 Proteção ao nome empresarial segundo o DNRC

A proteção ao uso exclusivo do nome empresarial é resguardada por lei. Tal proteção encontra-se assegurada no art. 33 da Lei nº 8.934, de 1994, sucedendo automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos para firma individual e de sociedade empresária, ou das respectivas alterações. Ressalta-se que o registro ou arquivamento de atos de empresa mercantil de nome idêntico ou dotado de semelhanças aos já existentes é vedado por lei (art. 35, inciso V da Lei nº 8.934/94).

Ainda de acordo com a Lei citada, a proteção territorial do nome empresarial limitar-se-á a unidade federativa na qual foi efetuado o arquivamento do ato constitutivo, ou de alterações que envolvem mudança de nome, concede-se, entretanto, a extensão da proteção a outras unidades da Federação por meio de requerimento nos respectivos Estados, segundo a Instrução Normativa nº. 53, de 06 de Março de 1.996, do Departamento Nacional do Registro de Comércio.

Em diversas situações, o deferimento por parte das Juntas Comerciais dos atos constitutivos de empresários individuais e sociedades empresárias são sujeito a análise por parte do DNRC (Departamento Nacional e Registro de Comércio), órgão responsável por orientar, coordenar, supervisionar e normatizar nos limites do SINREM (Sistema Nacional de Registros de Empresas Mercantis), sobre a forma de procedência em caso de solicitações de registro de nomes empresariais semelhantes ou idênticos a outros já registrados. Todo esse procedimento é importante, tendo em vista a proteção ao uso exclusivo do nome empresarial.

4.4 Proteção ao nome empresarial (preservação do crédito e da clientela)

Segundo ensinamentos do autor Campos (1936) o nome empresarial reúne um valor econômico, fruto da razão de ser secundária que ele adquire nas atribuições comerciais, nomeando bens ou serviços; num sentido mais amplo acrescentando seu modo próprio de agir econômico. Dessa forma o direito de proteção ao nome comercial adquire o perfil de uma faculdade que sucede do Direito Concorrencial, pois vai além da mera proteção de nome em si : protege também e de forma constante a função comercial; inclusive se atentando para a inclusão da identificação e a distinção, ambas próprias da competição e da concorrência.

Dessa maneira, Campos cita Vivante, para dizer que, não existe um direito intrínseco ao nome; até porque sua proteção não decorre por sua invenção, mais sim, por se tratar de um meio para a diferenciação da pessoa, resguardando-a de uma confusão que pode afetar de forma negativa seu crédito ou sua clientela. Assim Campos (1936, p. 71) doutrina: “A função diferenciadora do nome, constitui, a um só tempo, o fundamento e o limite á sua proteção”.

Seguindo esse raciocínio, deve-se atentar para o fato de que o direito resguarda o nome empresarial objetivando a assegurar a tutela de dois distintos interesses do seu titular: o primeiro, o interesse na preservação da clientela, e simultaneamente, o de preservação do crédito. Dessa forma, em relação a preservação da clientela visa que os clientes não venham a negociar com um empresário ou sociedade empresária pensando fazer com outra, já conhecida e de renome no mercado. Já a preservação do crédito, visa a assegurar a respeitabilidade, e grau de conceito que o empresário possui diante de seus clientes, fornecedores e possíveis clientes. Sobre este assunto, preleciona o ilustre doutrinador Coelho (2003, p. 82):

Ao proteger o nome empresarial, portanto, o direito tem em vista a tutela desses dois interesses. Por essa razão, porque não visa somente a evitar o desvio desleal de clientela, é que a proteção não deve se restringir aos empresários que atuem no mesmo ramo da atividade empresarial. Como tem em mira, também a preservação do crédito, não pode o empresário que explora determinada atividade pretender usar nome imitado de empresário explorador de atividade diversa, sob o pretexto de não ser possível à concorrência entre ambos. Salvo, é claro, autorização contratual, pela qual o titular do nome empresarial legitima o uso de nome idêntico ou semelhante por outro empresário.

Aquele que por desobediência da legislação fizer uso de forma indevida do nome empresarial de terceiros, será responsabilizado penalmente de acordo com o art. 195, incisos V e VI da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996), a pena de detenção de três meses a um ano ou multa. Poderá, assim, ao titular de direito do nome empresarial exigir a proibição do uso, indenização por perdas e danos, e até ação criminal.

Ressalta-se que, conforme prescreve o art. 1.167 do Código Civil, cabe ao empresário prejudicado, a qualquer momento, a propositura de ação de anulação da inscrição do nome empresarial contra o usurpador.

4.5 Colisão entre nomes empresariais

A colisão é a possibilidade dos nomes empresariais virem a chocar-se, por serem semelhantes. Esta igualdade pode ser de ordem gramatical, fonética ou, ainda, ideológica. Esse assunto é discorrido, particularmente, na Lei 9.279/96, atualizada pela Lei 10.196/91.

Em conformidade e para fins de regulamentação, o Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC publicou a Instrução Normativa nº. 53/96, contribuindo, por meio dos arts. 10 e 11, com juízo crítico para a análise de identidade ou semelhança entre os nomes empresariais, que causam o embargo de registro.

Para verificar se existe ou não a colisão, em regra, baseia-se no princípio da novidade, que preza pela exclusividade e distinção dos nomes das empresas, cabendo a proteção, quando houver semelhança na grafia e/ou pronúncia de nomes

já registrados, ao que tiver o registro mais antigo (regra da anterioridade). Assim, a empresa que se sentir prejudicada por colisão de nomes poderá requerer à Junta Comercial o cancelamento de registro do outro, mais recente ao seu, a qualquer tempo, já que a ação contra o uso indevido do nome empresarial é imprescritível, seja administrativa ou judicialmente (art. 1.167 do CC).

Entretanto, somente a constituição da empresa como elemento integrante de seu nome comercial, em data anterior ao registro, não é o bastante para requerer sua proteção legal. É imprescindível que o nome empresarial esteja sendo utilizado e que a sociedade esteja exercendo suas atividades sob tal nome, para requerer a proteção contra a suposta concorrência desleal. Ou seja, não basta simplesmente ter o nome. É necessário que o mesmo esteja de fato sendo utilizado, para que, segundo a regra da anterioridade, seja-lhe permitido o direito de uso.

Coelho (2005, p. 80) apresenta os procedimentos a serem adotados pelas Juntas Comerciais, de acordo com orientação expedida pelo DNRC, para análise se ocorre colisão ou não entre os nomes empresariais:

a) devem ser comparados os nomes por inteiro, quando colidem duas firmas individuais ou razões sociais; b) devem ser comparadas por inteiro, também as denominações compostas por expressões comuns, de fantasia, de uso generalizado ou vulgar; c) devem ser por fim, comparados os núcleos das denominações compostas por expressões de fantasia incomum.

Diante dessas comparações, consideram-se iguais as expressões homógrafas e semelhantes às homófonas.

Portanto, não há a probabilidade de coexistência, no mesmo âmbito federativo, de dois nomes empresariais similares ou idênticos. Lembrando-se que, a proteção ao nome empresarial se dará no âmbito estadual; caso, o empresário deseje estender o âmbito de proteção ao nome, deverá requerer o seu pedido à Junta Comercial do Estado, no qual queira a extensão da proteção (art.1.166, Código Civil de 2002), como mencionado anteriormente.

4.6 Fim da proteção do nome empresarial

Diferentemente do que ocorre com as marcas e patentes, o nome empresarial

não tem prazo de existência. Ele permanece enquanto existir a personalidade jurídica ou estiver o empresário individual registrado.

No entanto, perderá a proteção assegurada pelo registro empresarial quando decorrido o prazo de duração da sociedade, ou quando não ocorrer nenhum arquivamento no período em dez anos consecutivos, ou mesmo informação sobre o desejo de manter a empresa ativa. A partir desse momento é proposto o cancelamento de seu registro pela Junta Comercial de acordo com os artigos 59 e 60, da Lei nº. 8.934/94.

Ademais, o Código Civil prevê o cancelamento do registro do nome empresarial quando cessar o exercício da atividade ou quando ocorrer liquidação da sociedade que o inscreveu (art. 1.168).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo desse trabalho bibliográfico foi promover uma análise da formação do nome empresarial e suas implicações para o empresário no ato de registro da empresa.

Discorreu-se sobre a constituição do nome empresarial como elemento de identificação da empresa, sua natureza jurídica, as espécies de nome empresarial previstas na legislação Pátria e sua importância nas práticas comerciais e negociações mercadológicas.

O nome empresarial tem por função a identificação do empresário, à medida que, realiza suas atividades econômicas. Dessa forma, o nome empresarial pode apresentar sob duas espécies: A firma e a denominação.

O estudo da formação do nome empresarial é importante, pois, salvo algumas exceções, a lei prescreve taxativamente qual a espécie de nome empresarial a ser adotado. Assim, há empresários que só poderão optar pelo uso de firma, outros, somente denominação, e há ainda aqueles que poderão escolher por utilizar um ou outro.

Ao analisar o Novo Código Civil em vigor, verificamos que ocorreram algumas mudanças em relação ao nome empresarial; uma delas diz respeito à sua formação.

Nesse contexto, descrevemos os três princípios básicos que deverão ser observados quando da formação do nome empresarial, visando coibir a concorrência desleal e ainda, resguardar a reputação dos empresários em suas relações comerciais com terceiros, sendo eles: o princípio da veracidade, anterioridade e da novidade. Dessa feita, chega-se a conclusão que, respeitando esses três princípios, o nome empresarial não permite homonímia ou semelhança capaz de ocasionar confusão no âmbito de uma mesma circunscrição territorial.

Assevera-se que o nome empresarial possui um papel essencial na vida empresária por ser o elemento sobre qual a sociedade e o empresário individual constroem a sua reputação. Destarte, ao criar uma empresa, seu nome deve ser resguardado no ordenamento jurídico sob severa proteção, ante a tutela aos interesses na preservação da clientela e da preservação do crédito.

Referida proteção ao nome empresarial inicia-se com o arquivamento dos

atos constitutivos da empresa na Junta Comercial. Portanto, para resguardá-lo contra uso indevido, faz-se necessário seu registro junto a Junta Comercial, onde a sua proteção restringirá ao território do sob competência do órgão de registro

Ressalta-se que a lei brasileira estabelece alguns requisitos obrigatórios na formação do nome com o intuito de proteger não só o empresário, mas também à sociedade em geral, pois a parte que irá estabelecer relação jurídica com aquele possui total interesse em saber com quem realiza seus negócios.

Em caso de igualdade dos nomes empresariais, poderá haver o acréscimo de algum termo com o objetivo de diferenciá-lo. Quem utilizar o nome empresarial de outrem poderá ser responsabilizado civil e penalmente.

É facultado ao empresário a alteração do nome empresarial, considerando exclusivamente a sua vontade. Será, contudo, obrigatória quando necessária por força de lei, sendo observado, neste caso, o princípio da veracidade.

Dessa forma o presente trabalho expõe de maneira objetiva, com referências de autores renomados no assunto, citações que esclarecem de forma clara, o motivo e a importância de se trabalhar um tema de grande relevância quanto à formação do nome empresarial.

Portanto, pode-se perceber que tanto o processo de formação quanto o de proteção ao nome empresarial, são de suma importância para a vida e as atividades da empresa frente ao mercado consumidor; pois identifica o empresário, sendo considerado como elemento incorpóreo que compõe o estabelecimento empresarial e que tem grande relevância na captação e fidelização dos clientes.

REFERÊNCIAS

ALVES, Alexandre Ferreira de Assumpção. **A pessoa jurídica e os direitos da personalidade**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

BORBA, José Edvaldo Tavares. **Direito Societário**. 5. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

BRASIL. Lei n. 8934, de 18 de novembro de 1994. Registro de Empresas Mercantis e Atividades Afins dão outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, 21 de nov. 1994.

BRASIL. Instrução Normativa n° 104, de 30 de Abril de 2007, do **DNRC – Departamento Nacional de Registro do Comércio**. A formação do nome empresarial, sua proteção e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.dnrc.gov.br/Legislacao/INMinuta104noemeempresarial2.pdf>> Acesso em 15 de out. 2010.

BRASIL. Lei n° 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002L10406.htm> acesso em 15 out. de 2010.

BRASIL. **Código Comercial**: mini/obra coletiva. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2004, (legislação brasileira).

BRASILIA. Ministério do desenvolvimento, indústria e comércio exterior. **Proteção de nome empresarial**. Disponível em: <http://www.dnrc.gov.br/Servicos_dnrc/Sociedade_empresarial/protecao_nome.htm>. Acesso em 10 de out. de 2010.

CAMPINHO, Sérgio. **O Direito de Empresa à Luz do novo Código Civil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

_____. _____. 4. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

CAMPOS, Francisco. **Nome Comercial** (Parecer).Revista Forense, Rio de Janeiro, v.LXVIII, ano XXXIII, p. 71, jul./set. 1936.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1946.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____. **Manual de Direito Comercial**. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____. _____. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

_____. _____. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DE CUPIS, Adriano. **Os direitos da personalidade**. Lisboa: Livraria Moraes, 1961.

FAZZIO JR. Waldo. **Manual do Direito Comercial**. São Paulo: Atlas, 2000.

FERRARA JR, Francesco. **Teoria Jurídica de la hacienda mercantil**. Madrid: Revista de derecho privado, 1950.

HENTZ, Luiz Antonio Soares. **Direito de empresa no Código Civil de 2002: teoria geral do novo direito comercial: Lei n. 10.406, de 10.1.2002**. 3. ed., São Paulo: Juarez de Oliveira, 2005.

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2004.

MARTINS, Fran. **Curso de direito comercial**. 22. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1991.

MENDONÇA, J. X. Carvalho de. **Tratado de Direito comercial brasileiro**. Campinas: Bookseller, 2000.

MIRANDA, Pontes de. **Tratado de direito privado**. Campinas: Bookseller, 2001.

NEGRÃO Ricardo. **Manual de direito comercial e de empresa**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 1993.

SILVA, Luciana A. M.; MARRA, Sumáia B.F. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. 2. ed. Patos de Minas, [s.n.], 2010.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de Direito Empresarial: teoria geral e direito societário**. 2. ed. Atlas, 2009.

VALERI, Giuseppe. **Manuale di diritto commerciale**. Firenze: Casa Editrice Dottore Carlo Cya, 1950.

VIVANTE, Cesare. **Corso di diritto commerciale**. Milão: Casa Editrice Dottor Francesco Villardi, 1925.