



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO
DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DO COMÉRCIO

PARECER JURÍDICO DNRC/COJUR/Nº 205/03

REFERÊNCIA: Processos JCDF nºs 03/054369-0, 03/056310-0 e 03/059929-6

INTERESSADO: Farmaclin Drogaria e Perfumaria LTDA.

ASSUNTO: Arquivamento de Instrumento de Cessão de Direitos de Uso de Nome Empresarial.

Senhor Diretor,

Tratam-se de processos distintos: o primeiro, Processo nº 03/054369-0, protocolado em 03/10/2003, requer reconsideração da exigência formulada em razão da proibição do § 2º do art. 62, do Decreto nº 1.800/96; o segundo, Processo nº 03/059929-6, cuida de recurso ao Plenário, protocolizado em 20/11/2003, deu-se em razão da manutenção da exigência, consoante despacho do decisor singular exarado no referido processo, em virtude do disposto no art. 1.164 do Código Civil, que veda a alienação do nome empresarial.

2. Está dito no referido artigo que o nome empresarial não pode ser objeto de alienação. O adquirente do estabelecimento, por ato entre vivos, pode, se o contrato permitir, usar o nome do alienante, procedido do seu próprio, com a qualificação de sucessor.

3. Ricardo Fiúza, sobre a questão que consubstancia o recurso ao Plenário, cessão de uso de nome empresarial, por meio de Contrato de Cessão de Direito de Uso, afirma:

*“(...) O nome empresarial não pode ser objeto de alienação separadamente do próprio estabelecimento. A doutrina, todavia, no caso de formação do nome empresarial por denominação, **admitia** que este pudesse ser objeto de alienação, tal como ocorria no âmbito da prática mercantil. Assim, esta disposição deve ser interpretada com **temperamentos**, mediante uma interpretação lógica e integrativa. (...).”*

4. Conforme ressalta Fran Martins em sua obra Curso de Direito Comercial, não serve, apenas, o nome comercial para distinguir a responsabilidade do comerciante ou dos sócios que fazem parte das sociedades comerciais. Também tem ele a finalidade de ser o nome com o qual o comerciante ou sociedade se abriga comercialmente, assumindo compromissos e exercendo direitos. A lei protege o uso exclusivo do nome comercial. Como elemento patrimonial, componente do fundo de comércio, o Código da Propriedade Industrial de 1967 garantia a exclusividade do uso do nome comercial ao comerciante que o registrasse no então Departamento Nacional da Propriedade Industrial.

5. O art. 62 do Decreto nº 1.800/96 assegura que o nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade e identificará, quando assim o exigir a lei, o tipo jurídico da Sociedade. Por sua vez a Instrução Normativa DNRC nº 53/96, determina que o nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade, visto que não poderão coexistir, na mesma unidade federativa, dois nomes empresariais idênticos ou semelhantes.

6. No que diz respeito ao nome de fantasia, assim conceitua De Plácido e Silva:

“Assim, se diz de toda denominação ou designação, adotada pelo comerciante, para individualizar a sociedade que compansar, o estabelecimento de comércio ou suas mercadorias e produtos.”

7. A empresa que insere em sua denominação, ou como nome de fantasia, expressão peculiar, manifestando, assim, inequívoco desejo de que sirva a identificá-la perante a generalidade das pessoas, passa, a partir do respectivo arquivamento, a ter legitimidade para adotar referida expressão como sua e impedir que outra sociedade venha a utilizar-se da mesma.

8. Diz-se de fantasia por ser um nome imaginado e diferente do nome civil das pessoas físicas.

9. Em regra, para ser tomado como nome empresarial, o nome de fantasia deve referir-se à natureza do comércio ou à indústria explorada pela sociedade, a fim de que não se apresente um engodo ou uma mistificação.

10. Cumpre assinalar, apenas a título de esclarecimento, que, por marca se concebe, como regra, o sinal usado pelo empresário para individualizar ou assinalar seus produtos e, estas são registradas invariavelmente no Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Nas Juntas Comerciais, se procede, segundo previsão legal, ao registro do nome empresarial que individualizam a pessoa, a empresa ou sociedade empresária, isto é, designam a personalidade empresarial identificando-a como o nome civil identifica a pessoa física.

11. Ainda, poderíamos acrescentar, da obra do autor De Plácido e Silva (Vocabulário Jurídico) que enquanto o nome comercial se refere à pessoa, que exerce uma atividade comercial, a marca entende-se o nome do produto ou da mercadoria e o nome do estabelecimento, também dito de insígnia, assinala o local, em que o comerciante exerce a sua atividade. Perfeita, pois, a distinção entre as três figuras, instituídas e admitidas legalmente para individualização de coisas diferentes: da personalidade, dos produtos ou mercadorias e do local do comércio.

12. No que diz respeito a pretensão do recorrente, cumpre assinalar, que o nome comercial em nenhuma hipótese pode ser confundido com a marca de fábrica ou de comércio ou com o nome do comércio ou do estabelecimento. O nome empresarial é instituído com os mesmos objetivos do nome civil, somente sendo de uso privativo para os negócios mercantis, como o civil é reservado para os negócios de natureza civil.

13. Para Fábio Ulhoa Coelho (Curso de Direito Comercial), o nome empresarial é aquele utilizado pelo empresário para se identificar, enquanto sujeito exercente de uma atividade econômica. Se a marca identifica, direta ou indiretamente, os produtos e serviços, o nome empresarial irá identificar o sujeito de direito que os fornece ao mercado (normalmente, uma pessoa jurídica revestida da forma de uma sociedade limitada ou anônima).

14. Mais uma vez, acolhe-se a lição de Fábio Ulhoa Coelho:

“O princípio da novidade, ao seu turno, representa a garantia de exclusividade do uso de nome empresarial (CC/2002, art. 1.166). O primeiro empresário que arquivar firma ou denominação, na Junta Comercial, tem o direito de impedir que o outro adote nome igual ou semelhante, já que isso importaria desrespeito à novidade. O princípio da veracidade proíbe a adoção de nome que veicule informação falsa sobre o empresário a que se refere. O da novidade impede a adoção de nome igual ou semelhante ao de outro empresário. Os dois parâmetros se justificam, em última análise, na coibição da concorrência desleal e na preservação da reputação dos empresários, junto aos seus fornecedores e financiadores. Para cumprir satisfatoriamente a função de identificar o sujeito de direito exercente de atividade econômica, o nome empresarial não pode dar ensejo a confusão, e deve ser suficientemente distinto.”

15. Por sua vez, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor também consagra a proteção ao nome empresarial, tendo em vista que a confusão entre empresas pode gerar graves prejuízos ao consumidor. Tanto é que o referido código reconhece a importância do nome empresarial em particular, para que seja assegurada uma eficaz proteção ao consumidor:

“Art. 4º - A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transferência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

*VI – coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais, das marcas e **nomes comerciais** e signos distintivos, que possam causar prejuízo aos consumidores;”* (grifamos)

16. Entendemos que o nome empresarial, não é disponível pela empresa salvo se em conjunto com a alienação do gênero de indústria, comércio ou serviços ao qual estão vinculados.

17. Sobre o enfoque da questão, Fábio Ulhoa Coelho – Manual de Direito Comercial, manifestou-se nos seguintes termos:

“c) alienação do estabelecimento por ato entre vivos: o empresário individual ou a sociedade empresária não podem alienar o nome empresarial (CC/2002, art. 1.164). Mas, na hipótese de alienação do estabelecimento empresarial, por ato entre vivos, se previsto em contrato, o adquirente pode usar o nome do alienante, precedido do seu, com a qualificação de sucessor de.”

18. Este entendimento, já era previsto no Decreto nº 916/1890 a respeito da alienação de firma:

“Art. 7º - É proibida a aquisição de firma sem a do estabelecimento a que estiver ligada. Parágrafo único – O adquirente por ato inter vivos ou mortis causa poderá continuar a usar da firma antecedendo-a da que usar com a declaração – ‘sucessor de...’.

Art. 8º - Modificada uma sociedade pela retirada ou morte de sócio, a firma não poderá conservar o nome do sócio que se retirou ou faleceu.

(...)”

19. Diante de todo o exposto e levando-se em conta de que o direito protege o nome empresarial com vistas tutela de dois diferentes interesses do empresário, ou seja, o interesse da preservação da clientela, de um lado, de outro a preservação do crédito. Por esta razão, a pretensão do interessado não pode prosperar, visto que tal medida poderá provocar erro ou confusão em consumidores ou no meio empresarial.

20. Por último, opinamos pelo indeferimento do pleito e pelo imediato desarquivamento do contrato arquivado como documento de interesse do empresário, sob o nº 20030543681, em 27/09/2003.

Brasília, 20 de novembro de 2003.

SÔNIA MARIA DE MENEZES RODRIGUES
Assessora Jurídica do DNRC

De acordo com os termos do Parecer Jurídico DNRC/COJUR/Nº 205/03, encaminhe-se o presente processo à Junta Comercial do Distrito Federal.

Brasília, 23 de dezembro de 2003.

GETÚLIO VALVERDE DE LACERDA
Diretor