

## NOME COMERCIAL. PROTEÇÃO

### APELAÇÃO CÍVEL N.º 4.808 1.ª CÂMARA CÍVEL

*Apelante: Residência Revestimentos Ltda.*

*Apelada: Residência Cia. de Crédito Imobiliário*

#### PARECER

Residência Revestimentos Ltda., nos autos da ação que lhe foi movida por Residência Companhia de Crédito Imobiliário, apela da sentença proferida pelo douto magistrado Dr. Eduardo Mayr, que, julgando parcialmente procedente o pedido, condena a Ré apelante a "abster-se do uso da palavra Residência como parte do seu nome comercial e título de estabelecimento, consignando-lhe o prazo de 20 (vinte dias) para proceder à necessária alteração contratual perante a Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro, com a exclusão da palavra "Residência", sob pena da multa de Cr\$ 2.000,00 (dois mil cruzeiros) diários". . .

A apelação se funda em dois argumentos:

1.º) que a autora não teria providenciado o registro do seu nome comercial, na forma prevista no Decreto-Lei n.º 7.903, de 27 de agosto de 1945, então vigente;

2.º) que não é aplicável a Convenção de Paris como direito interno, quando o litígio sobre nome comercial for entre pessoas jurídicas brasileiras, domiciliadas no Brasil, que é regulado por lei brasileira."

Em contra-razões, sustenta a Apelada que a Apelante, ao adotar a palavra característica do seu nome comercial, ou seja Residência, além de ir de encontro a toda a legislação atinente à espécie, acarreta confusão, levando o público em geral a pensar que a Apelante é empresa por qualquer modo ligada à Apelada, tendo em vista a afinidade existente entre os ramos de negócio desta e daquela.

As imprecisões e contradições existentes em todas as peças dos autos, sem prejuízo do brilho e da erudição de seus autores, estão a patentear uma realidade: não há uma legislação disciplinadora da proteção ao nome comercial.

Vigente, sobre o tema, há:

1) o princípio programático da Emenda Constitucional n.º 1/69:

"a lei assegurará. . . a exclusividade do nome comercial".

2) o artigo 8.º da Convenção de Paris:

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

Mas, este, nos termos do artigo 2.º da mesma convenção:

“os cidadãos de cada um dos países contratantes gozarão, em todos os demais países da União, no que concerne à proteção da propriedade industrial, das vantagens que as respectivas leis concedem, atualmente, ou vierem, posteriormente, a conceder aos nacionais, tudo isso sem prejuízo dos direitos especialmente previstos pela presente convenção. Em virtude desta disposição, terão eles a mesma proteção que estes e o mesmo recurso legal contra qualquer prejuízo causado aos seus direitos, mediante o cumprimento das condições e formalidades impostas aos nacionais. Nenhuma condição, porém, quer do domicílio, quer do estabelecimento nos países em que for reclamada a proteção, poderá ser exigida dos cidadãos dos países signatários da União, para que possam gozar de qualquer dos direitos de propriedade industrial. Ficam expressamente ressalvadas as disposições da legislação de cada um dos países contratantes relativos ao processo judiciário e administrativo, e à competência, bem como à eleição do domicílio ou à constituição de um mandatário, e que forem exigidas pelas leis referentes à propriedade industrial”.

Veja-se que, com exceção dos direitos especialmente previstos, que no caso são a dispensa de depósito ou de registro ou a de que faça parte de uma marca de fábrica ou de comércio, não confere a Convenção de Paris nenhum direito que não esteja assegurado aos nacionais de um país pela respectiva legislação.

3) O artigo 176 do Decreto-lei n.º 7.903, de 27 de agosto de 1945, mantido pelo artigo 128 da lei 5.772, de 21 de dezembro de 1971 (Código da Propriedade Industrial):

“violam direito relativo ao nome comercial, ao título de estabelecimento e à insígnia:

1 — usando indevidamente o nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios;



II — vendendo, expondo à venda ou tendo em depósito artigo ou produto revestido de nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios: pena — detenção de três meses a um ano, ou multa de um a dez cruzeiros”.

4) O parágrafo 2.º do artigo 3.º da lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976:

“se a denominação for idêntica ou semelhante à de companhia já existente, assistirá à prejudicada o direito de requerer a modificação, por via administrativa (art. 97) ou em juízo e demandar as perdas e danos”.

Observe-se que o dispositivo transcrito se refere a nome de companhia e não ao de sociedade já existente.

5) O artigo 38, item IX, da lei 4.726, de 13 de julho de 1965:

“não podem ser registrados:

IX — Os contratos de sociedades mercantis sob firma ou denominação idêntica ou semelhante a outra já existente”.

A legislação, como se vê, é embrionária, reticente e compartimental.

A lei de sociedades anônimas não faz referência à semelhança de denominação, senão de companhias; a do registro de comércio, à de sociedades mercantis constituídas por contrato.

Isso posto, e nos estritos limites legais pode resumir-se a situação relativa à proteção do nome comercial no Brasil, nos termos constantes do parecer, especialmente nos seus itens 5 e seguintes, a fls. 75/77 destes autos.

A ampliação dos contornos legais acima definidos tem sido obra da jurisprudência, apoiada nos artigos 4.º e 5.º da Lei de Introdução ao Código Civil.

Não me parece, porém, que a douda sentença apelada esteja alinhada com a melhor jurisprudência sobre a matéria.

A alegação de semelhança de denominação formulada pela Autora, ora Apelada, não é evidente por si mesma; ou seja, as denominações das duas empresas em litígio não são semelhantes a ponto de causar confusão entre uma e outra. A rigor, nem é isto que incomoda a Autora, mas o *destaque* da palavra Residência na denominação da Ré que segunda a Autora, “poderia levar o público em geral a pensar que a Apelante é empresa por qualquer modo ligada à Apelada, tendo em vista a afinidade existente entre os ramos de negócios desta e daquela” (fls. 131 dos autos).

Assim é que a mesma palavra Residência em diversa posição no nome da Apelante não teria certamente provocado qualquer rejeição da Apelada, como, por exemplo, se o nome da Ré fosse *Revestimentos para Residência Ltda.*, ou Revestimentos Residência Ltda.

Já por aí se vê que a douda sentença apelada exacerbou a propósito da ação ao proibir a Ré de usar a palavra Residência como parte do seu nome comercial.

Residência é palavra de uso comum, significando moradia, habitação, domicílio. É definida até mesmo no Código Civil, artigos 31 e seguintes.

Nessas condições, não pode prevalecer uma decisão que proíba alguém de usá-la para compor um nome comercial salvo se cumpridamente provada a ocorrência de concorrência desleal.

Se prova houvesse de que a Apelante se fazia passar por empresa do grupo da Apelada, prevalecendo-se do uso na sua denominação, da palavra *Residência*, certa estaria a decisão. Mas, não houve tal prova, apenas uma alegação foi feita nesse sentido. Prova também não se fez de que a Ré utilizasse a palavra Residência como título de estabelecimento. Também não se provou a ocorrência de confusão entre as empresas gerada pela alegada semelhança de denominação.

Alegou-se a semelhança como se fosse fato notório. Mas não é.

A denominação social é sempre usada em papéis e negócios em geral, *por extenso*. É, assim, um conjunto de palavras, servindo a que é usada com destaque, apenas para fins publicitários, ou na "língua do povo" como quando se refere a grandes empresas, como a Sears, a Mesbla, a Coca-Cola e outras. Não há prova nos autos de que a Autora seja conhecida popularmente como a "Residência" ou "Residência". Num grande elenco de exemplos dificilmente se encontrará uma grande empresa conhecida popularmente pela palavra-destaque em que essa palavra seja de uso comum. Pode invocar-se o exemplo dos Supermercados Disco; mas tal fato, ainda assim, não importaria em se considerar como proibido o uso da palavra *Disco* na denominação de outras empresas, especialmente se o ramo destas fosse o fabrico ou a comercialização de discos.

Cabe aqui indagar se seria lícito que uma empresa, pretendendo tornar-se conhecida por uma palavra-destaque, se apropriasse de palavra de uso comum, e posteriormente se considerasse autorizada a pleitear judicialmente a proibição do uso dessa mesma palavra por outras empresas. Parece-me que não. A pretensão legítima de tornar-se conhecida através de palavra-destaque sugere a criação de expressão de fantasia, como é o caso de Mesbla, Coca-Cola e outras e não o simples apossamento de vocábulo do vernáculo.



O Código de Propriedade Industrial que, no que se refere ao problema da palavra-destaque, deve ser invocado por analogia, veda o registro como marca de palavra de uso comum. Assim também não me parece que a proteção do nome comercial possa, ainda que indiretamente, implicar em conferir a uma empresa o privilégio do emprego de palavra de uso comum na sua denominação social.

É inegável que a decisão proferida neste feito, se confirmada a resp. sentença de primeira instância, importará, praticamente, na outorga desse privilégio à Autora que estará habilitada a exercer sua pretensão contra outras empresas que portem tal palavra no seu nome comercial, com a vantagem de já dispor de uma decisão judicial transitada em julgado, reconhecendo-lhe o direito exclusivo a essa mesma palavra.

É o parecer.

Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1978.

CELSO SOARES CARNEIRO

Procurador Regional da JUCERJA

---

NOTA: Os nomes dos interessados foram publicados na íntegra tendo em vista a natureza do assunto versado no presente parecer.