**EMPRESA E PROPRIEDADE: A RELAÇÃO PATRIMONIAL E SUA PROTEÇÃO NO DIREITO EMPRESARIAL: O NOME EMPRESARIAL, SUA IMPORTÂNCIA, ESPÉCIES E PRINCÍPIOS**

 Marianna Laíla Pereira Sena

RESUMO

# O presente artigo trata sobre o nome empresarial, que é aquele que identifica o empresário individual ou a sociedade empresária nas relações jurídicas das quais participam, garantindo, além disso, a proteção destes. Dessa forma, existem duas espécies de nome empresarial, a firma, que pode ser individual, quando o empresário atua de forma autônoma, e social, quando se refere à sociedade empresaria, já a denominação social, só diz respeito à sociedade empresaria, assim, o nome empresarial é constituído de acordo com a espécie na qual ele se enquadra. Entretanto, existem confusões entre alguns termos de identificação e o nome empresarial, principalmente entre os termos: marca, nome de fantasia e nome de domínio, por isso, será feita uma caracterização do que é cada termo e qual o seu papel dentro de uma empresa. Em seguida, serão abordados também os princípios que regem a proteção do nome empresarial, tendo como intuito à garantia dos direitos pertinentes às empresas, dando enfoque ao que é a razão social e os seus elementos e abordando a cerca do princípio da novidade que tem a finalidade de distinguir o nome empresarial de outros nomes empresariais em um mesmo registro, assim para demonstrar a importância de tal princípio para a proteção do nome empresarial foi utilizado o exemplo da Odebrecht, onde várias outras empresas fizeram uso de um mesmo nome empresarial, o que acabou por gerar confusão entre as sociedades empresarias e os consumidores, portanto, foi realizada uma análise da decisão do STJ sobre tal exemplo.

# Palavras-chaves: Nome empresarial. Espécies. Princípios. Marca. Nome de domínio. Nome de fantasia.

SUMÁRIO: 1 Introdução. 2. As espécies de nome empresarial e suas características. 3 Diferenças do nome empresarial dos termos de identificação: marca, nome de fantasia e nome de domínio. 4. Os princípios que regem a proteção do nome empresarial. 5 Conclusão. Referências.

**1 INTRODUÇÃO**

O nome empresarial, bem como sua proteção e outras criações humanas, estão devidamente dispostos no ordenamento jurídico brasileiro. Diante disso, assim como as pessoas físicas são identificadas pelo nome civil, as empresas também necessitam de tal termo para que assim possam ser identificadas em suas relações jurídicas, sendo assim “o nome empresarial é aquele sob o qual empresário e a sociedade empresária exercem suas atividades e se obrigam nos atos a elas pertinentes” (art. 1.º, caput, da IN/DNRC 104/2007 apud RAMOS, 2014, p. 82).

O empresário, para a aquisição e conservação de clientela, tem a necessidade de identificar a si mesmo e a sua atividade para o público em geral. Para tanto, o empresário lança mão dos sinais distintivos da atividade empresarial (nome, marcas, títulos de estabelecimento), que ganham grande importância, dada a relevância desses elementos para as relações com a clientela. (TOMAZETTE, 2006. p.[?])

Dessa forma, o nome empresarial, fruto da criação do intelecto humano, deve ser protegido, pois é ele quem caracteriza tanto o empresário individual quanto a sociedade empresaria nas relações jurídicas, portanto, se mostra relevante à discussão sobre o nome empresarial, bem com sua importância para o meio comercial, sua proteção, espécies e princípios.

A escolha do tema é relevante devido a sua atualidade e seu vasto campo de pesquisa e praticidade, bem como sua importância no meio social, uma vez que, é de extrema relevância atualizar a sociedade e os empresários a respeito dos direitos e deveres que envolvem o nome empresarial, evitando assim, eventuais transtornos, como por exemplo casos onde um mesmo nome empresarial é utilizado indevidamente por outras empresas, o que acaba gerando transtornos para a empresa que criou determinado nome empresarial e até mesmo para a sociedade, que pode ficar confusa a respeito do ramo da empresa, pois é comum a ligação do nome da empresa ao produto que está oferece.

Tal assunto, apesar de ser relativamente novo no Brasil, se mostra interessante de ser pesquisado e aprofundado, o que facilita o trabalho dos pesquisadores, pois diariamente, diversos casos envolvendo o nome empresarial ocorrem, dessa forma, serão abordadas quais as espécies de nome empresarial, bem como o nome empresarial das sociedades, que variará de acordo com a espécie ou a estrutura da mesma, os princípios que regem a proteção de tal nome, além, as diferenças e relações do nome empresarial com outros termos de identificação como a marca, o nome de fantasia e a o nome de domínio.

A respeito da metodologia, a referente pesquisa, quanto aos seus objetivos, é exploratória, além disso, em relação aos seus procedimentos técnicos, é uma pesquisa bibliográfica, uma vez que faz uma análise da importância do nome empresarial, demonstrando suas espécies, seus princípios e a relevância da sua preservação tanto para os empresários em si, quanto para a sociedade como um todo, além da discussão de temas relevantes dentro de tal assunto, objetivando assim, um maior aprofundamento do tema, através da utilização de fontes bibliográficas, como artigos, livros e notícias (GIL, 2002).

**2 AS ESPÉCIES DE NOME EMPRESARIAL E SUAS CARACTERÍSTICAS**

É por meio do nome empresarial que o empresário individual e as sociedades empresárias são identificados nas relações comerciais e consequentemente protegidos contra eventuais fraudes, ou seja, o nome empresarial é a “expressão que os identifica nas relações jurídicas que formalizam em decorrência do exercício da atividade empresarial” (RAMOS, 2014, p.82), dessa forma, existem dois tipos de espécies de nomes empresariais mencionados pelo Código Civil, são estes, a firma e a denominação.

“A firma pode ser individual ou social. A firma individual é a do empresário que comercia isolado [...] a firma social ou razão social é o da pessoa jurídica assim considerada a sociedade comercial regular” (REQUIÃO, 2000, p. 205), ou seja, será firma, a “espécie de nome empresarial, formada por um nome civil - do próprio empresário, no caso de firma individual, ou de um ou mais sócios, no caso de firma social” (RAMOS, 2014, p. 86), além disso, a firma pode conter o ramo da atividade exercida pela empresa, cabendo ao titular da firma tal opção, entretanto, não pode conter nomes ou expressões de atividades que não condizem com o ramo praticado pela mesma (ANTONIO, 2007). Dessa maneira, de acordo com a doutrina “a firma é privativa de empresários individuais e sociedades de pessoas” (RAMOS, 2014, p. 86), ou seja, é utilizada em sociedades ilimitadas, por isso, a firma exerce a função de assinatura do empresário ou da sociedade empresária, devendo, o titular da firma em suas relações empresariais assinar o nome da firma e não o seu nome civil. Contudo, “havendo modificação do nome civil de empresário, averbada no competente Registro Civil das Pessoas Naturais, deverá ser arquivada alteração com a nova qualificação do empresário, devendo ser, também, modificado o nome empresarial” (ANTONIO, 2007, p.[?]).

Já a denominação só pode ser social, “pode ser formada por qualquer expressão linguística e a indicação do objeto social” (RAMOS, 2014, p. 86), ou seja, na modalidade denominação a empresa pode adotar tanto o nome civil do seu titular, como qualquer outra expressão, além disso, enquanto a firma diz respeito às sociedades ilimitadas, a denominação em regra é utilizada pelas sociedades limitadas. Nas relações empresariais, a denominação não possui assinatura, por isso, nas denominações sociais, o seu administrador deverá praticar as relações contratuais em seu nome civil, não no nome da denominação (RAMOS, 2014).

No que diz respeito às sociedades empresárias “o nome empresarial usado variará conforme a espécie e até mesmo conforme a estrutura da sociedade constituída” (RAMOS, 2014, p.87), podendo utilizar exclusivamente o termo firma, o empresário individual, as sociedades em nome coletivo e as sociedades em comandita simples, já denominação só pode ser utilizada de forma exclusiva pelas sociedades anônimas, porém, tanto a sociedade limitada, quanto a sociedade em comandita por ações podem optar por ambas classificações (RAMOS, 2014).

“Na constituição das firmas ou razão comercial, individual ou social, formaram-se diversos sistemas legislativos, seguindo cada um peculiaridades nacionais” (REQUIÃO, 2000, p.206). Dessa forma, existem três tipos de sistemas: o sistema da veracidade, onde a firma deve ser constituída no nome do empresário, quando ela for individual, ou dos sócios, quando ela for social e caso o empresário altere o nome, deve modificar também sua firma. O sistema da plena liberdade, adotado nos Estados Unidos, que afirma que os empresários individuais ou as sociedades podem adotar o nome empresarial que desejarem. E por fim, o sistema eclético, adotado na Alemanha, que afirma que no momento de constituição da empresa deve-se adotar o sistema de veracidade, mas caso essa empresa seja alienada a outra pessoa, seja por inter vivos ou causa mortis, esse alienante pode continuar utilizando o nome empresarial já existente (REQUIÃO, 2000).

**3 DIFERENÇAS DO NOME EMPRESARIAL DOS TERMOS DE IDENTIFICAÇÃO: MARCA, NOME DE FANTASIA E NOME DE DOMÍNIO**

Como abordado, o nome empresarial é o termo que caracteriza o empresário individual ou a sociedade empresária em suas relações e atividades comerciais, entretanto, observa-se que este, eventualmente é confundido com outros termos também de identificação, como é o caso da marca, do nome de fantasia e do nome de domínio, por isso, se mostra relevante diferenciá-los para que haja um melhor entendimento sobre o tema.

A marca é “um dos signos distintivos da atividade empresarial, tão importante quanto o nome empresarial, tem a função de identificar os produtos e os serviços ofertados pelos exercentes de empresas, mostrando-se como verdadeiro agente individualizador destes” (ABREU, 2012, p.[?]), dessa forma, a marca possui proteção no que diz respeito à propriedade industrial e aos seus serviços, enquanto o nome empresarial é protegido independentemente de qual seja o ramo praticado pela empresa (RAMOS, 2014). Além disso, a marca é o termo com o qual se pode identificar a empresa de forma imediata, representando assim um nome simbólico, são exemplos disso, as empresas que são identificadas por seus produtos, ou seja, por sua marca, portanto, sinteticamente falando, o nome empresarial é aquele registrado no ato constitutivo da empresa, enquanto a marca é o termo ao qual a empresa é conhecida pela clientela, seja por seus produtos, seja por seus serviços.

O nome de fantasia “é a expressão que identifica o título do estabelecimento. Grosso modo, está para o nome empresarial assim como o apelido está para o nome civil” (RAMOS, 2014, p. 83), tal termo, assim como a marca, também é uma forma de identificar os produtos e os serviços oferecidos pela empresa, sendo assim, uma maneira mais fácil da empresa se identificar perante a clientela, entretanto, o ordenamento jurídico-empresarial dispõem de uma proteção específica ao nome de fantasia, portanto, ele se diferencia da marca exatamente nesse aspecto, pois no momento em que o nome de fantasia é registrado no devido órgão, no caso, no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), ele passa a adquirir o status de marca, adquirindo assim proteção perante o ordenamento, sendo assim, em suma, a marca é um nome de fantasia que foi registrado (ARAÚJO, 2009).

Já o nome de domínio “é o endereço eletrônico dos sites dos empresários na internet, hoje muito usados para negociação de produtos e serviços, em razão do desenvolvimento do chamado comércio eletrônico” (RAMOS, 2014, p.84), ou seja, o nome de domínio representa os sites das empresas, entretanto, o nome de domínio pode ser criado por qualquer pessoa e não obedece a critérios mais rígidos como a marca e o nome empresarial, por isso, pode vir a gerar confusões, pois pode coincidir com algumas palavras ou expressões que poderiam já estar registradas, o que ocorre, devido ao fato da internet ainda é um instrumento recente, tendo assim, poucos órgãos fiscalizadores para a mesma quanto a esse quesito (CORRÊA, 2012).

**4 OS PRINCÍPIOS QUE REGEM A PROTEÇÃO DO NOME EMPRESARIAL**

O nome empresarial possui grande contribuição, pois possui caráter de direitos pessoais, isto é, possuem quase todos os direitos e deveres que são atribuídos as pessoas naturais e jurídicas, pois, o empresário pode atuar em nome próprio, dessa forma, respondendo por seus atos ou criando uma personalidade jurídica criando e, por conseguinte gerando seu ato constitutivo, regularmente registrado. Gerando assim a individualização do sujeito enquanto empresário (VENOSA 2011).

De acordo com o Código Civil o nome empresarial é aquele usado pelo empresário para a identificação e individualização do sujeito enquanto realizador de uma atividade empresarial, isto é, é um marco “identificador do empresário, tanto o individual quanto a sociedade empresária. Para todos os efeitos, equipara-se ao nome empresarial à denominação das sociedades simples, das associações e fundações” (Art. 1.155, parágrafo único do Código Civil de 2002).

Antes de falar dos princípios, devem-se abordar as razões sociais que significam uma espécie de nome empresarial para sociedades empresárias que se caracterizam pela utilização do nome de sócios na sua na sua composição. “Tal espécie de nome empresarial pode ser usado nas sociedades em nome coletivo, em comandita simples, limitadas e em comandita por ações. Nas limitadas e nas comanditas por ações pode ser adotada também uma denominação” (TOMAZETTE, 2006. p.[?]).

Alguns elementos são obrigatórios para a razão social

O elemento nominal e o elemento pluralizador. Também podem ser colocados elementos complementares que melhor identifiquem a sociedade. Por fim, podem ser exigidos elementos específicos para determinadas sociedades. O elemento nominal é a indicação completa ou parcial do nome de um, alguns ou todos os sócios. Tal elemento serve para identificar pelo menos uma pessoa que faça parte da sociedade e tenha responsabilidade ilimitada pelas obrigações da sociedade (art.1.157 do Código Civil), ressalvada menção expressa em sentido contrário na razão social das sociedades limitadas. Assim sendo, nada obsta que se indique apenas o prenome, ou um sobrenome do sócio. O segundo elemento obrigatório é o elemento pluralizador que consiste na indicação de que a sociedade possui pelo menos dois sócios. Tal elemento pode consistir no aditamento da expressão e companhia, e cia ou qualquer outra que denote a pluralidade de sócios. A par dos elementos obrigatórios, a razão social das sociedades pode ser aditada de outros elementos que melhor identifiquem a sociedade, como por exemplo, a indicação mais precisa dos sócios com a indicação de sua naturalidade ou da própria atividade. Em regra, esses elementos complementares são facultativos, não sendo essenciais para a validade do nome empresarial. Por fim, é certo que em determinadas sociedades como a limitada, a lei exige um elemento sacramental que identifique a própria espécie societária, como por exemplo, a expressão "limitada" ou "Ltda" nas sociedades limitadas. A título ilustrativo, vejamos os seguintes exemplos de razão social: Casas José Silva Ltda, Irmãos Correia e Cia Ltda, Carvalho de Mendonça e Companhia, Correia e irmãos (TOMAZETTE, 2006. p.[?]).

Em outras palavras, para que a razão social seja criada de acordo com o código, deve ela possuir o nome e prenome de um dos sócios ilimitados e um significado pluralizador, especialmente para as sociedades limitadas, com o objetivo de individualizar o empresário (TOMAZETTE, 2006. p.[?]).

Diante disto, o direito empresarial criou alguns princípios com o objetivo de dar uma maior atenção a esses direitos. A proteção do nome empresarial é um direito relativamente antigo,

mesmo antes do Código Civil de 2002, havia uma regra no artigo 61 do Decreto 1.800/96, que restringia a proteção do nome ao âmbito da junta comercial onde ele foi registrado. Todavia, o Brasil é signatário da Convenção de Paris, incorporada ao ordenamento jurídico brasileiro, com hierarquia de lei ordinária, pelo Decreto 75.572/75. Tal tratado afirma que a proteção do nome comercial registrado em um país se estende a todos os signatários da convenção, independente de novo registro. Assim, interpretando literalmente o conjunto da legislação brasileira, um nome registrado na junta comercial do Distrito Federal goza de proteção na França, mas não goza de proteção no Estado de Goiás (TOMAZETTE, 2006. p.[?]).

Entendimento esse já ultrapassado nos dias atuais. Já o entendimento do STF em relação à proteção do nome em todos os âmbitos, isto é, nacionais e internacionais. Segundo o Supremo Tribunal Federal

consiste em afirmar que a Convenção de Paris tem força de lei e, portanto, não prevalece a disposição de proteção meramente local estabelecida pelo Decreto n. 1.800/96. A proteção, portanto, ocorrerá no âmbito de todo o território nacional, bem como nos outros países, com o simples arquivamento da firma ou atos constitutivos na Junta comercial, ainda que não se tenha procedido ao pedido de proteção nas demais juntas comerciais, tal como previsto no art. 13, § 2º, da Instrução Normativa n. 53/96, do DNRC (SILVA apud TOMAZETTE, 2001, p.39-40).

Quanto ao princípio da novidade, este tem a finalidade de distinguir de outros nomes empresariais no mesmo registro. “Quem registra um nome empresarial tem direito a exclusividade do uso desse nome. Tendo em vista a função do nome empresarial que é de distinção em relação a outros empresários, não se podem admitir nomes iguais ou semelhantes que possam causar confusão junto ao público” (art. 1.163 do Código Civil de 2002). A função essencial desse princípio é exercido quando um nome se apresenta como suficiente para não ser confundido com outros nomes empresariais, isto é, individualizando cada nome empresarial para que não exista outros iguais ou semelhante que causem confusão para a identificação de tal atividade empresaria. (TOMAZETTE, 2006. p.[?]).

A rigor a proteção do nome empresarial se dar

 pelo registro na junta comercial, que atua no âmbito estadual ou distrital, sendo vedado a esta aceitar registro de nome já existente, ou de nome que faça confusão com nome já existente. Assim, uma vez registrado, o nome empresarial passa a gozar de proteção em relação apenas àquela unidade da federação onde foi registrado (Decreto 1800/96, artigo 61). Caso se queira estender o âmbito de proteção do nome, deve ser feito um pedido à junta comercial do Estado onde se queira estender a proteção (art. 1166 do Código Civil de 2002). A ação contra o uso indevido do nome empresarial é imprescritível - art. 1.167 do Código Civil (VIANNA, 2011, p.[?]).

Ao analisar o principio da novidade, pode-se explorar exemplos da aplicação de tal principio no caso concreto. Como exemplo pode-se examinar o caso da Sociedade empresaria Odebrecht e, por fim, esmiuçar a decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ).

A Odebrecht S/A, sociedade empresária cujos atos constitutivos estão arquivados na Junta Comercial do Estado da Bahia, postulou contra a Odebrecht Comércio e Indústria de Café Ltda., cujo registro foi realizado na Junta Comercial do Estado do Paraná, e contra o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) o reconhecimento exclusivo do uso empresarial do termo “Odebrecht” e a declaração de nulidade do registro da marca “Odebrecht” pela sociedade empresária paranaense. Devemos notar, de pronto, que a sociedade empresária baiana aduziu a existência de três tipos de ofensa diferentes por parte da pessoa jurídica paranaense. A primeira delas diz respeito a suposto descumprimento do art. 8 da Convenção da União de Paris, resultando em dano ao seu direito de exclusividade quanto ao exercício do nome empresarial, independentemente da classe de atividade respectiva – nesse particular, portanto, trata-se de um conflito entre nomes empresariais. A segunda ofensa refere-se ao registro de “Odebrecht” como marca da sociedade paranaense, o que configuraria um desrespeito ao nome empresarial da pessoa jurídica baiana – em outros termos, existiria um conflito entre um nome empresarial e uma marca. A terceira e última ofensa consistiria na prática de concorrência desleal, visto que o registro da marca “Odebrecht” pela pessoa jurídica paranaense desrespeitaria a exclusividade da pessoa ideal baiana no uso de tal marca – temos, então, um conflito entre marcas. (MIGUEL, 2015. p.[?]).

Dessa forma, o Superior Tribunal de Justiça jugou o caso observando os seguintes fundamentos; quanto ao conflito entre os nomes empresariais, a solução encontrada foi por meio de uma análise sistemática do principio da novidade em concomitância com o principio da veracidade, que dever ser analisado que as duas sociedades empresariais exercem ramos diferentes, com isso não existindo confusão no mercado. No que refere aos conflitos entre nome empresarial e marcas, de forma prejudicial, tribunal, buscou o caráter de renome das partes envolvidas. O resultado foi que nenhumas das partes possuem renome, isto é, status. Por fim aplicando o critério de especificidade, com já foi dito acima, as sociedades empresárias praticam atividades diferentes. STJ julgou improcedente o pedido da Odebrecht S/A pelos diversos fundamentos apontados anteriormente. Assim, o STJ julgou improcedente o pedido feito pela sociedade empresária, analisando que ambas as sociedades empresárias não possuem renome, ou seja, não são conhecidas a ponto de manter o nome “Odebrecht”, pois tal deve ser exclusivamente de apenas uma sociedade empresária, outro fator que influenciou na decisão do STJ é que as empresas exercem atividades diversas, e com isso não se confundem. Para que a Odebrecht pudesse alegar uso exclusivo do nome, deveria registrar-se em todos os entes federados, feito isso poderá alegar exclusividade (MIGUEL, 2015).

**5 CONCLUSÃO**

No decorrer do trabalho foram abordadas várias teses que têm por objetivo assegurar os direitos e deveres dos empresários em relação ao nome empresarial. Foram elencadas no presente artigo as espécies de nomes empresariais, diferenças do nome empresarial dos termos de identificação: marca, nome de fantasia, nome de domínio e os princípios que regem a proteção do nome empresarial.

Acerca das espécies de nomes empresariais foram abordados os conceitos de firma, sendo ela individuial ou social, e denominações. No caso da firma individual o empresário atua em nome próprio, sendo formada pelo nome civil do empresário. Já as firmas socias, são a junção de vários empresários agindo em nome de um ou dos demais, porém, na denominação a empresa pode adotar tanto o nome civil do seu titular, como qualquer outra expressão, além disso, enquanto a firma diz respeito às sociedades ilimitadas, a denominação em regra é utilizada pelas sociedades limitadas.

Sobre as diferenças do nome empresarial acerca dos demais elementos de identificação como, marca, nome de fantasia, nome de domínio pode-se dizer que todos possuem uma característica no campo do direito empresarial e foram analisados minuciosamente, apesar do nome empresarial ser corriqueiramente confundido com a marca ou com o nome fantasia. Tal análise foi comentada no artigo, com isso é importante ressaltar que a marca possui proteção no que diz respeito à propriedade industrial e aos seus serviços, enquanto o nome empresarial é protegido independentemente de qual seja o ramo praticado pela empresa.

A respeito dos princípios que regem o direito empresarial, foi dado maior ênfase ao principio da novidade, o qual é o responsável por assegurar o uso exclusivo do nome empresarial, ou seja, por protege-lo. Tal princípio é aplicado no caso da Odebrecht, citado no presente artigo.

Portanto, tal pesquisa tem relevância no contexto social e em especial para os empresários, pois através de tal conhecimento, estes saberão as condutas corretas a serem tomadas na constituição do nome empresarial, de acordo com o tipo de empresa que está sendo formada, além de evitar futuros equívocos, obedecendo assim, direitos e deveres pelo quais são regidos o mundo dos empresários e a aplicabilidade prática do direito empresarial.

**REFERÊNCIAS**

ABREU, Camille Damé. **Nome empresarial versus marca. O descompasso da tutela dos direitos dos diferentes signos e dos critérios de solução dos conflitos**, 2012. Disponível em: <<http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11280>> Acesso em: 19 mar. 2015

ANTONIO, Luiz Fernando. **Nome Empresarial - Empresário e Sociedades**, 2007. Disponível em: <http://lefisc.com.br/materias/2009/992009ir.asp> Acesso em: 18 mar. 2015

ARAÚJO, Meire. **Nome empresarial, nome de fantasia e marca**, 2009. Disponível em: <http://www.oestadoce.com.br/noticia/nome-empresarial-nome-fantasia-e-marca> Acesso em: 19 mar. 2015

CORRÊA, Júlio César Dutra. **Nome de domínio: Enseja proteção equiparável às marcas ou é apenas mais um signo distintivo para o exercício da atividade empresarial?**, 2012. Disponível em: <<http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11054>> Acesso em: 19 mar. 2015

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MIGUEL, Daniel Oitaven Pamponet. **Conflitos nome-nome, nome-marca e marca-marca: uma análise da decisão do STJ no "Caso Odebrecht"**. Conteudo Juridico, Brasilia-DF: 21 jan. 2015. Disponivel em:

<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.52245&seo=1>. Acesso em: 22 abr. 2015.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito Empresarial**. 4. ed. São Paulo: Método, 2014.

REQUIÃO, Rubens Edmundo. **Curso de Direito Comercial**. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

TOMAZETTE, Marlon. [**A proteção ao nome empresarial**](http://jus.com.br/artigos/8456/a-protecao-ao-nome-empresarial), [2006](http://jus.com.br/revista/edicoes/2006). Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/8456> Acesso em: 16 mar. 2015

VADE MECUM. **Código civil 2002.** 17. Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito Civil Parte Geral.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

# VIANNA, Selma de Moura Galdino. Qual o âmbito de proteção do nome empresarial no direito brasileiro?, 2011. Disponível em: <http://lfg.jusbrasil.com.br/noticias/2133781/qual-o-ambito-de-protecao-do-nome-empresarial-no-direito-brasileiro-selma-de-moura-galdino-vianna> Acesso em: 19 mar. 2015