

Superior Tribunal de Justiça

AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 311.035 - RJ (2001/0031215-2)

RELATOR : **MINISTRO RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA**
AGRAVANTE : CACAROLA DE BARRO RESTAURANTE LTDA
ADVOGADO : EDUARDO WEAVER DE VASCONCELLOS BARROS E OUTRO(S)
AGRAVADO : RESTAURANTE BRASIL PORTUGAL LTDA
ADVOGADO : CARLOS HENRIQUE DE CARVALHO FRÓES

EMENTA

AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. NOME E MARCA EMPRESARIAIS. POSSIBILIDADE DE CONFUSÃO PELOS CONSUMIDORES. ATUAÇÃO EMPRESARIAL EM ATIVIDADE IDÊNTICA. SÚMULA Nº 7/STJ.

1. A agravante não trouxe nenhum argumento capaz de modificar a conclusão do julgado, o qual se mantém por seus próprios fundamentos.
2. Agravo regimental não provido.

ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos, em que são partes as acima indicadas, decide a Terceira Turma, por unanimidade, negar provimento ao agravo regimental, nos termos do voto do(a) Sr(a). Ministro(a) Relator(a). Os Srs. Ministros Nancy Andrighi, Sidnei Beneti e Paulo de Tarso Sanseverino (Presidente) votaram com o Sr. Ministro Relator.

Brasília (DF), 11 de dezembro de 2012(Data do Julgamento)

Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva
Relator

Superior Tribunal de Justiça

AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 311.035 - RJ (2001/0031215-2) (1)

VOTO

O EXMO. SR. MINISTRO RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA (Relator):

Não merece prosperar a presente insurgência.

O agravo regimental interposto não é capaz de infirmar a decisão combatida. Dessa forma, em que pesem os argumentos expendidos pelo agravante, a decisão impugnada deve ser mantida por seus próprios fundamentos:

"Trata-se de recurso especial interposto pela CAÇAROLA DE BARRO RESTAURANTE LTDA, com fundamento nas alíneas 'a' e 'c' do inciso III do art. 105 da Constituição da República, contra acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro.

Nas razões do especial, alega violação aos artigos 59, 65, 6º, 10º e 20 da Lei 5.772/71, bem como dissídio jurisprudencial.

É relatório.

DECIDO.

A irresignação não merece prosperar.

*Inicialmente, destaco que a hipótese dos autos se assemelha ao julgamento conduzido por esta relatoria, no REsp 262643/SP, TERCEIRA TURMA, julgado em 09/03/2010, DJe 17/03/2010, porém, com resultado diametralmente oposto, em razão das peculiaridades apresentadas em cada caso. Naquele julgado a similitude das denominações não gerava confusão entre os consumidores, **especialmente por serem distintas e inconfundíveis as áreas de atividade das empresas.** Diversamente do presente caso, em que **autor e réu exercem o mesmo ramo de atividade.** Com as devidas vênias, repiso, no pertinente, os mesmos argumentos lá delineados:*

Com efeito, quanto ao conflito entre nomes empresariais, o egrégio Tribunal de Justiça, examinando a controvérsia em sede de embargos infringentes, consignou a que a similitude das denominações gera confusão entre os consumidores, especialmente por serem idênticos os ramos de atividades das empresas, consoante se dessume da ementa do aresto objurgado:

'Embargos infringentes.

Marca registrada: violação.

Evidente violação de direitos, perpetrada por empresa tendente a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, estabelecendo confusão e desvio de clientela, em ramo de atividade idêntica.

Direito de uso.

É reconhecido em favor do registro mais antigo, em respeito aos princípios da originalidade e novidade, prevalecendo, pois, o primeiro registro.

Culpa do infrator.

Bastante a Capacidade de gerar a confusão ao consumidor médio, induzindo-o em erro, obrigando a indenização da parte lesada, independente de prova, que a existência do prejuízo causado é presumida.

Embargos infringentes providos.'

É de bom alvitre destacar que a proteção ao nome comercial tem por

Superior Tribunal de Justiça

finalidade, além de identificar o empresário individual ou a sociedade empresária, tutelar a clientela, o crédito empresarial e, ainda os consumidores contra indesejáveis equívocos.

Com efeito, ao se defender o nome comercial, busca-se impedir a concorrência desleal, pois a utilização de homônimos possibilita o desvio de clientela, ocasionando a obtenção de vantagem indevida no ambiente concorrencial e, de outra maneira, a imposição de prejuízos financeiros aos demais agentes econômicos.

Destaca-se que a similitude entre nomes é passível de causar prejuízo creditório, uma vez que o elemento confiança, inerente ao crédito, fica inexoravelmente atingido, ante a impossibilidade de se distinguir os diversos empresários atuantes no mercado.

Além disso, a utilização precisa do nome empresarial constitui inegável instrumento de proteção ao consumidor, porquanto possibilita o exercício de seu livre direito de escolha, bem como lhe proporciona meios para a obtenção de reparações, em virtude de eventuais prejuízos decorrentes das relações consumeristas.

Portanto, evidencia-se a relevância da proteção ao nome comercial no sistema jurídico pátrio, devendo o eventual conflito entre as espécies ser dirimido à luz da finalidade do instituto.

Ademais, a tutela do nome comercial deve ser entendida de modo relativo, pois o registro mais antigo gera a proteção no ramo de atuação da empresa que o detém, mas não impede a utilização do nome em segmento diverso, sobretudo quando não se verifica qualquer confusão, prejuízo ou vantagem indevida no seu emprego.

Neste sentido, sobressai a lição de Waldo Fazzio Júnior que reconhece a proteção do nome comercial no âmbito de atuação da empresa detentora do registro:

Gize-se que o direito da exclusividade do nome deriva do princípio da novidade, conforme o qual devem ser prevenidos o engano e a confusão, bem como a concorrência desleal, desnecessário pois que se trate de nomes idênticos; é suficiente, pois, a mera possibilidade de induzir a erro ou equívoco, para que se não registre o nome empresarial.

É bom ponderar que a proteção ao nome empresarial não é absoluta, pois visa, apenas, diante da semelhança ou identidade de nomes de competidores, prevenir prejuízos para quem detém o registro. (Manual de direito comercial, Ed. Atlas, São Paulo, 2007, pág. 58)

Na mesma linha, Paulo Sérgio Restiffe entende que existindo nomes empresariais idênticos, deve ser utilizada expressão capaz de diferenciá-los:

O nome empresarial deve distinguir-se de qualquer outro já inscrito no mesmo registro (art. 1.163, do CC), pois, caso ocorra colidência de nomes, isto é, no caso de a empresa ter nome idêntico ao outro já registrado, deve, obrigatoriamente, acrescentar designação que a distinga (art. 6º, §§ 1º e 2º, do Dec. 916, de 24/10/1890; e art. 1.163, parágrafo único do CC). (Manual do novo direito comercial, Ed. Dialética, São Paulo, 2006, pág. 29 e 30)

Ocorre, todavia, que no caso em tela, a utilização de um vocábulo idêntico - CAÇAROLA - na formação dos dois nomes empresariais - 'CAÇAROLA' e 'CAÇAROLA DE BARRO' -, cristaliza o seu emprego indevido, tendo em vista as

Superior Tribunal de Justiça

premissas estabelecidas pela Corte de origem ao analisar colidência: a) possibilidade de confusão entre os consumidores; b) atuação empresarial em atividades idênticas.

Neste contexto, entende esta Corte Superior que: 'A configuração de possibilidades de confusão ou de induzimento a erro do público consumidor, alcançada pelo v. aresto de 2º grau, para ser afastada tal conclusão seria inevitável, incontornável e necessário o reexame fático-probatório, vedado tal procedimento pelo enunciado da Súmula n. 7 desta Corte Superior.' (REsp 256.442/RJ, Rel. Ministro MASSAMI UYEDA, QUARTA TURMA, julgado em 19/04/2007, DJ 21/05/2007 p. 579)

Ante o exposto, nego seguimento ao recurso especial.
Intimem-se."

Ante o exposto, nego provimento ao regimental.

É o voto.