

Da questão do nome de empresa usado de má-fé em face das marcas

Denis Borges Barbosa (outubro de 2011)

O que é o “nome comercial”, ou, no dizer do Código Civil, o nome empresarial? Disse-o no texto de 2003¹:

*Sob a expressão, consagrada constitucionalmente, de nomes de empresa englobam-se todas as designações utilizadas por entes econômicos, civis ou comerciais, personalizados ou não, de forma a individualizar, através de um símbolo de nomeação, sua posição na concorrência*².

Por nomeação há que se entender: é o ente em si que é designado, e não seus produtos, mercadorias e serviços - objeto estes de marca. Também não é nome de empresa o título de estabelecimento ou a insígnia, acima estudados: são estas designações ou signos figurativos de um estabelecimento, e não de uma empresa. A função do nome de empresa é a nomeação, e não “recomendar quaisquer atividades lícitas, realçar qualidades de produtos, mercadorias ou serviços, ou a atrair a atenção dos consumidores ou usuários”, como ocorre no caso das propagandas.

Mais recentemente, precisei³:

Da dupla natureza do nome empresarial

*O que é o nome empresarial? Definir-se-ia tal objeto de exclusiva como a designação tanto da pessoa e como da atividade empresarial*⁴. *É de se crer que a norma em vigor, porém, sem deixar de lado a expressão da identidade, privilegia a atividade como razão de existência desse direito*⁵.

¹ BARBOSA, Denis Borges, Uma Introdução à Propriedade Intelectual, Lumen Juris, 2003.

² [Nota do Original] As Joint Recommendations de Marcas Notórias da OMPI alargam esse conceito para “Business identifiers”, definindo-os como “signs which identify businesses as such, and not the products or services offered by the business, the latter feature constituting a pure trademark function. Signs that may constitute business identifiers are, for example, trade names, business symbols, emblems or logos.”

³ BARBOSA, Denis Borges, Por uma visão imparcial das perdas e danos em Propriedade Industrial, PLAZA, Charlene Avila (Org.), Grandes temas da atualidade: PI, IT e Bioenergia, Ed. PUC-GO, 2009. A modo de maior precisão, nota-se a sugestão da ASPI de 29 de setembro de 2009: “nome de empresa é a firma ou a denominação adotada pelo empresário, pessoa física ou jurídica, para sua identificação no exercício de sua atividade, cuja proteção é estendida à denominação das sociedades simples, associações e fundações”; encontrado em http://www.aspi.org.br/comunicados_detalhe.php?id=44, visitado em 23/10/2009.

⁴ [Nota do Original] GRAU-KUNTZ, Karin. Do nome das pessoas jurídicas. São Paulo: Malheiros, 1998, p. 87-103: “A marca, sinal que reporta a um determinado “tipo” do gênero, distingue-se do nome comercial, sinal que reporta a dois conteúdos diversos, ora a identidade da pessoa, ora ao exercício da atividade empresarial”.

⁵ [Nota do Original] À luz da redação do novo CC, no entanto, este signatário notava (Uma Introdução, op. Cit.): “O art. 1.155 do CC2002 considera “nome empresarial” a firma ou a denominação adotada para o exercício de empresa. Assim, não vincula o nome a uma pessoa, mas a uma atividade. Assim, ao teor desse dispositivo, teria proteção o nome empresarial tanto oficial quanto o de fantasia (na prática americana, o “doing business as.”).” A prevalência do elemento atividade ainda resultaria do disposto no Art. 1.168, segundo o qual “A inscrição do nome

Como se vê no caso em tela, o alcance da proteção do nome comercial abrange a referência do nome em produto vendido, mantido em estoque ou oferecido à venda⁶. Assim, neste caso, não se tem uma lesão subjetiva ao titular do nome empresarial, mas um uso desse nome em circunstâncias que se equiparam ao uso da marca; ou seja, cuida-se do nome enquanto vinculado à atividade da pessoa jurídica, e não quanto à pessoa em si.

A doutrina clássica aponta a necessidade do resguardo do nome como designação da identidade da pessoa – especialmente seu crédito⁷. Assim, perfeitamente possível a sanção dessa lesão pessoal com base na indenizabilidade moral.

Da colisão entre nomes e marcas

Se aparece veemente o critério da concorrência no conflito entre nomes comerciais, quanto designativo de *atividade empresarial*, com mais razão há aplicação do mesmo princípio no tocante ao conflito com marcas de produtos e serviços. Neste contexto, se aplicam os princípios comuns a todas as modalidades da propriedade intelectual⁸.

Nestes casos, se distinguem duas hipóteses: a do conflito direto de direitos válidos (ou insuscetíveis de arguição de nulidade) e a da ação contrária aos

empresarial será cancelada, a requerimento de qualquer interessado, quando cessar o exercício da atividade para que foi adotado, ou quando ultimar-se a liquidação da sociedade que o inscreveu”.

6 [Nota do Original] A proteção do nome empresarial se centra, sem se esgotar, no Código Civil. Mas a tutela penal direta está na Lei 9.279/96, como uma das modalidades de concorrência desleal: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências”; No direito anterior, a sanção penal ocorria independentemente da concorrência desleal, tratando de violação de direito de exclusiva: (Dec.Lei 7.903/45: Art. 176 Violar direito relativo ao nome comercial, ao título de estabelecimento e a insígnia: I – 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 mil a dez mil cruzeiros.

7 [Nota do Original] “O que a lei visa a proteger, portanto, através da proteção do nome comercial, é a própria atividade da empresa, considerada como o complexo de meios idôneos, materiais e imateriais, pelos quais o comerciante explora determinada espécie de comércio. Entre esses meios imateriais compreende-se o elemento moral a que no início nos referimos, isto é, o crédito, a reputação, a preferência e o favor do público, o renome do estabelecimento e a notoriedade dos produtos.” (Gama Cerqueira, Tratado da Propriedade Industrial, vol. 2, 2ª edição, Editora Revista dos Tribunais, 1982, pág. 1.163). “Reflete-se esta consideravelmente em todos os instantes como expressão de seu crédito, constituindo base segura do êxito de seu empreendimento. Desperta, no meio em que se proponha operar, a confiança de quantos com ele entretenham negócios, de molde a adquirir a reputação que lhe valha freguesia, que constituirá a garantia de sua empresa. Identificar-se-á com seu nome, de que se servirá para revelar a manifestação de sua vontade nos negócios jurídicos que venha a realizar, emprestando-lhes a garantia de sua eficácia e respondendo por sua validade e execução. Quanto mais benéfica se manifestar a sua atuação, tanto mais seu nome se expandirá, mercê de seu respeito e dano. Ele se impregnará tão vivamente em seu estabelecimento, que o designará tão intensamente como sua personalidade, arrolando-se até entre os elementos componentes daquele. E seu nome constitui, no âmbito comercial, a sua firma também havida como razão social.” (Waldemar Ferreira Tratado de Direito Comercial, 2º vol. Edição Saraiva, São Paulo, 1960, pág. 50). “Quanto ao crédito daquele comerciante conceituado, poderá ser, parcial e temporariamente, abalado com o protesto de títulos, pedido de falência ou de concordata em nome do usurpador. Tanto em um quanto em outro nível, o comerciante que teve o seu nome imitado poderá sofrer consequências patrimoniais danosas”. (Fábio Ulhôa de Coelho, Manual de Direito Comercial, Ed. Saraiva, 6ª edição, pág. 71).

8 GAMA CERQUEIRA, João da, Tratado da Propriedade Industrial, 1ª edição, Forense, Rio, 1946, vol. 1, pg. 79 define a propriedade industrial como “o conjunto dos institutos jurídicos que têm por fim prevenir e reprimir a concorrência desleal no comércio e na indústria”. E ressalta: “na base das leis particulares da propriedade industrial, a que acima aludimos, encontra-se o princípio ético da repressão da concorrência desleal comum a toda a matéria. É esse princípio que informa aquelas leis que são, no fundo, leis contra a concorrência desleal, no campo do comércio e da indústria, como, em outra esfera, as leis do mesmo caráter que protegem a propriedade literária e artística”.

usos honestos do comércio, entre pessoas que eventualmente também detém direitos exclusivos⁹.

Falamos desta duplicidade no nosso texto de 2003:

Concorrência e direitos exclusivos

Nos casos em que a concorrência é afetada por uma exclusividade legal – marca registrada, patente concedida, desenho industrial registrado (e examinado...), direito autoral, cultivar registrado – o exercício do direito independe de efetividade de concorrência, pois um dos atributos mais fragrantemente da exclusividade em propriedade intelectual é exatamente essa. Nesses casos (com exceção, como veremos, das marcas registradas) é irrelevante se o infrator é ou não competidor, e se está ou não em competição efetiva com o titular do direito.

De outro lado, a análise da concorrência é sempre crucial em todos os casos relativos à propriedade intelectual. Não só pela pertinência para a definição das indenizações em caso de violação – pois o dano a ser considerado deve ser sempre efetivo. (...) Mas também pela própria circunscrição do direito exclusivo, como ocorre no caso de patentes que não são violadas no caso de um uso não comercial – embora se possam imaginar usos comerciais fora da concorrência, difícil é conceber um uso não comercial por um concorrente. Outros impactos da concorrência real sobre a estrutura ou exercício dos direitos poderiam ser facilmente compilados.

E, logo adiante, falando da hipótese em que se confrontam direitos exclusivos válidos ou não questionáveis:

Direitos da concorrência e direitos de exclusividade: cumulação ou alternativa?

Uma questão interessante é se a existência de direito exclusivo exclui as pretensões relativas à concorrência desleal; se o magis da exclusividade exclui o minus da tutela à concorrência. Embora se encontrem eminentes argumentos neste sentido, fato é que a concorrência desleal (técnica ou metaforicamente) se acha correntemente cumulada na jurisprudência dos nossos tribunais. Tal se dá, especialmente, levando em conta os aspectos que excedem aos limites do direito exclusivo, ou como agravante da lesão de direito abstrata.

De outro lado, é corrente – e perfeitamente adequada – a arguição de concorrência desleal em certas situações em que o direito exclusivo não tenha condições de se exercer: elementos de criação não suscetíveis de direito autoral, marcas não registradas, etc.

⁹ ROUBIER, Paul, Le Droit de la Propriété Industrielle, Sirey, 1950, tomo I, pg. 13: "L'action en responsabilité se situe, en effet, dans le domaine de la liberté générale; elle suppose la démonstration de certaines conditions particulières, dont l'une au moins, dans le tas de la responsabilité ordinaire de l'article 1382, se réfère à une appréciation de la conduite du défendeur, à savoir la faute; le demandeur, dans l'action en concurrence déloyale, devra établir que le préjudice qui lui est causé provient d'une faute du défendeur. Mais si au contraire il existe un droit privatif, la reconnaissance de ce droit aboutit à la constatation d'une prérogative qui doit être respectée par toute autre personne, et toute atteinte à ce droit constituera, ipso facto, une infraction qui emportera une sanction juridique".

Como regra, nestes casos o que cabe repressão é ao risco de confusão ou denigração, e não a proteção substantiva da criação tecnológica, do signo distintivo, ou da criação intelectual em si mesma.

Não se pode exercer, em particular, a tutela da concorrência desleal em situações em que a própria Constituição veda a constituição de interesses, como no caso de patentes extintas, ou direitos autorais no domínio público, onde – acima de qualquer interesse privado de concorrência – existe um interesse público na circulação e uso livre das informações tecnológicas e das criações estéticas. Neste caso, o interesse público impera, mesmo porque o interesse privado já foi plenamente satisfeito, segundo o balanceamento de interesses sancionado constitucionalmente.

Outro interessante aspecto da análise da concorrência é no conflito de duas exclusividades, híbridas e inatacáveis, resultantes, por exemplo, de títulos nulos mas cuja desconstituição se acha prescrita, ou entre títulos cuja exclusividade é legalmente limitada (nomes empresariais), ou ainda entre títulos jurídicos diversos (marca e nome comercial).

Nestes casos, a existência de concorrência real e do conflito exige solução judicial, e os critérios de anterioridade ou outros que a jurisprudência elaborar, serão aplicados mas somente uma vez que tal lide se configure como lesão de concorrência. Como nota julgado do TJRS, para se sancionar com proibitória o conflito de dois títulos vigentes e válidos, é preciso “situações de mesmo lugar, confusão manifesta, prejuízo evidente, concorrência de alguma forma, concorrência desleal, aproveitamento de situações e motivação de uso, mesmo ramo de negócios e outros incidentes viáveis”.

A regra de que uma marca não pode ser deferida, se conflitar com nome empresarial, está explícita na legislação¹⁰. A regra inversa, de que a exclusiva de nomes empresariais também não pode suprimir direitos assegurados por marcas não é manifestada¹¹, mas decorre do sistema de direito¹².

¹⁰ CPI/96: Art. 124. Não são registráveis como marca: (...) V - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos. Comenta IDS – Instituto Dannemann Siemsen de Estudos de Propriedade Intelectual. Comentários à Lei da Propriedade Industrial. Edição revista e atualizada. Rio de Janeiro: Renovar, 2005. p. 210. "Este dispositivo marca acentuado avanço em relação à Lei precedente. O dispositivo, deixando a linguagem parcimoniosa do inciso V do art. 65 da Lei de 1971, fixa os parâmetros de julgamento da proibição, mandando que só não se registrem elementos definidores de nome de empresa ou título de estabelecimento quando pertencentes a terceiros e na medida em que o emprego possa dar lugar a situações de confusão ou associação. Portanto, o suporte fático da norma proibitiva compõe-se de três elementos: a) sinal definidor de nome de empresa ou título de estabelecimento; b) ilegitimação do pretendente ao registro, por lhe não pertencer o nome e lhe não ter sido concedido direito de explorá-lo e c) possibilidade de confusão. O requisito “c” atenua o caráter absoluto que muitos atribuem ao nome comercial, por interpretação larga da noção de exclusividade que lhe confere a Constituição da República. A jurisprudência dos tribunais tem imposto limites a esse direito, orientando-se pelo dado possibilidade de confusão, além de atentar para o poder definidor do nome. A nova Lei, ao consagrar, em boa hora, esses princípios, dá à comparação entre nome comercial e marca o mesmo tratamento aplicável à verificação de conflito entre marcas. Oportuno, aqui, igualmente, o acréscimo do conceito de associação, a evitar que se tire proveito econômico parasitário do prestígio de nome comercial alheio".

¹¹ COELHO. Fabio Ulhoa, op. cit. "Mas, cabe a indagação: e se o conflito for entre nome empresarial e marca? Imagine-se, com efeito, que o fabricante de produtos de higiene, chamado Souza & Irmãos Ltda., titular da marca registrada Sol, resolva impedir que o comerciante de utensílios de banheiro, denominado Comércio e Representação Sol Ltda., seja proibido de utilizar o seu nome empresarial, em vista da possibilidade de confusão

Assim, seja como lesão às regras do proceder honesto, seja simplesmente como mecanismo de resolver problema de colisão de direitos, sem nenhuma tinteira de concorrência *desleal* (mas concorrência impossível, em face de exclusivas contrastantes), cabe uma análise concorrencial do conflito entre signos distintivos:

*10. Quer sob a figura do desvio de clientela, quer sob a figura da concorrência desleal inespecífica, objeto dos artigos 195, III e V, e 209, da Lei 9.279/96, freqüentemente aparece a reprodução ou imitação de marca como elemento caracterizados de nome comercial ou de título de estabelecimento. É irrelevante que a marca tenha por fim assinalar mercadorias ou produtos, que o título de estabelecimento distinga o próprio estabelecimento comercial e que o nome comercial identifique o comerciante, porquanto a utilização de elemento caracterizados comum trará inevitável confusão*¹³.

Nos casos em que inexistente concorrência *desleal*, e determinada a colisão, o critério da prioridade é consagrado¹⁴.

O critério da prioridade temporal, porém, cede perante a exigência da boa-fé

Enfatizando que o critério temporal da precedência do nome de empresa sobre o registro de marcas de terceiros – sempre dentro de critérios de mesma área concorrencial - se faz em resguardo da boa-fé, não se pode deixar de

entre os consumidores. Complemente-se a hipótese, cogitando que o registro do nome na Junta Comercial é anterior ao da marca no INPI. Como solucionar este conflito? Na lei, não se encontra dispositivo regulando a matéria, mas a jurisprudência tem normalmente prestigiado a tutela da marca, em detrimento da do nome empresarial, mesmo quando o registro deste é anterior. Exige-se, contudo, em função do princípio da especialidade, que o titular da marca e o do nome colidentes operem no mesmo segmento de mercado (salvo se a marca for de alto renome, quando o empresário goza de proteção em todos os segmentos)."

¹² LEONARDOS, Luis. Apreciação do conflito entre marcas e nomes comerciais. Revista da ABPI, nº 41, 1999, p. 35-40: "Assim, não há dúvida que o titular de marca pode impedir a sua reprodução ou imitação para ser usada como nome comercial ou como título de estabelecimento de terceiros. Era o que dispunham expressamente os artigos 111, nº 2, e 120, nº 5, do antigo Decreto-Lei nº 47.903/45, cujos princípios foram mantidos nos artigos 94, inciso 1º, e 100, nº 5, do Decreto-Lei nº 254/67, todos proibindo o registro como nome comercial ou como título de estabelecimento às denominações suscetíveis de confusão com marcas de terceiros. Ainda que estas normas estejam, hoje, revogadas, como também o está o Decreto-Lei nº 1.005/69, que dispunha de modo semelhante quanto aos títulos de estabelecimento (artigo 91, nº 5) e abolia, pela primeira vez, os registros de nomes comerciais, fazendo sua proteção decorrer de sua simples adoção nos atos constitutivos da sociedade arquivados no Registro do Comércio (artigo 166), permanecem em pleno vigor os princípios expostos, que decorrem da proteção outorgada às marcas, garantindo sua propriedade e exclusividade e pelo que dispõe o artigo 124, V, da atual Lei da Propriedade Industrial (Lei 9.279/96). Pelo artigo 119 do Código de Propriedade Industrial anterior (Lei nº 5.772/71) o nome comercial e o título de estabelecimento continuariam a gozar de proteção através de legislação própria, a qual se encontra na própria Constituição, no artigo 3º, § 2º, da Lei das Sociedades Anônimas, no artigo 35, V, da Lei 8.934/94 (dispõe sobre o registro público de empresas mercantis), mantendo o que se encontrava no artigo 38, IX, da Lei do Registro do Comércio anterior (Lei nº 4.726/65) e no artigo 195, V, da Lei 9.279/96, além da regra de proteção aos nomes comerciais independentemente de qualquer registro, contida no artigo 8º da Convenção de Paris, aplicável internamente por força do artigo 4º, da Lei 9.279/96".

¹³ LEONARDOS, Luis, op. cit.

¹⁴ Como exemplo: "Direito ao nome comercial surge com a constituição da sociedade, através do registro ou arquivamento de seus atos constitutivos na Junta Comercial, enquanto a marca depende do registro no INPI, atendidas às disposições pertinentes do Código de Propriedade Industrial. Ambos, entretanto, conferem à empresa que os tenha obtido o direito de utilizá-los com exclusividade, em todo o Território Nacional. No eventual conflito entre os referidos registros (Nome Comercial e Marca), prevalece o mais antigo, em respeito aos princípios da originalidade e novidade". Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro Embs. Inf. nº 71/2001 na Ap. nº 9.214/99 – Relator: des. Sérgio Cavalieri Filho, Pág. 264 Revista Forense – Vol. 363 Jurisprudência Civil

notar que a simples precedência é exangue na presença de uma pretensão a que faltam os pressupostos dessa mesma boa-fé:

“O emprego de nomes e expressões marcárias semelhantes - quer pela grafia, pronúncia, ou qualquer outro elemento, capazes de causar dúvida ao espírito dos possíveis adquirentes de bens exibidos para comércio - deve ser de imediato afastado. A proteção legal à marca (lei n. 5.772/77, art. 59), tem por escopo reprimir a concorrência desleal, evitar a possibilidade de confusão ou dúvida, o locupletamento com esforço e labor alheios. A empresa que insere em sua denominação, ou como nome de fantasia, expressão peculiar, passa, a partir do registro respectivo, a ter legitimidade para adotar referida expressão como sinal externo distintivo e característico e impedir que outra empresa que atue no mesmo ramo comercial como tal a utilize. Precedentes do STJ”. Superior Tribunal de Justiça, 3ª Turma, Rel. Min. WALDEMAR ZVEITER, REsp 62.770/RJ, DJ 04.08.1997.

“Vê-se, portanto, que a lei protege o nome do estabelecimento comercial, tornando ilícita a apropriação dos esforços do comerciante em proveito de terceiro. Em outras palavras, a lei proíbe a concorrência desleal. A concorrência, de outro lado, pode se caracterizar, dentre outras possibilidades, pela aproximação entre produtos e estabelecimentos. (Constituição Federal. José Tinoco Soares, “Crimes contra a Propriedade Industrial e Concorrência Desleal”, p. 7, Revista dos Tribunais, 1980).” Apelação Cível nº 90.03.03499-0, Tribunal Federal da Terceira Região, 1ª Turma.

Assim é que, já do texto constitucional, já do teor do nosso direito privado comum ¹⁵, não cabe exercício de *propriedade* disfuncional, em contradição às finalidades para que a situação jurídica é constituída.

Como notou, precisamente, o Tribunal Mineiro,

"O direito de marca comercial existe para evitar a confusão no mercado, bem como para evitar a competição desleal, e não para conferir direitos absolutos ao titular da marca." **Um poder de marca não pode ser utilizado contra as funções sociais da marca, entretanto, caso haja a possibilidade de confusão para os consumidores ou a ocorrência de concorrência desleal, observando-se o abuso do direito, pode ele sofrer limitações.** "De um modo geral, o princípio do abuso do direito implica em uma espécie de limitação ao exercício de direitos legalmente reconhecidos, baseando em um tipo de consciência judicial." Há abuso quando "um direito específico - abstratamente válido- é exercido de uma maneira que ofende a idéia de justiça em uma determinada sociedade". Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, 17ª Câmara Cível, Des. Luciano Pinto, AC 1.0024.06.056388-9/001(1), DJ 19.08.2006

E, no mesmo sentido:

“a proteção da marca não se limita apenas a assegurar direitos e interesses meramente individuais, mas a própria comunidade, por proteger o grande público, o consumidor, o tomador de serviços, o usuário, o povo em geral, que melhores elementos terá na aferição da origem do produto e do serviço prestado.”(STJ-Resp.7259/CE)

Especialmente, o abuso se apura não em abstrato, mas em uma situação concreta; o exercício de uma faculdade, abstratamente constante dos poderes necessários do titular de uma *propriedade*, pode ser configurar contra direito.

Assim é que o exercício do direito de prevalência do signo nominal, de um registro estadual, pode valer-se em contraposição, ou como justificativa, no caso de conflito contra pretensões de terceiros, ao registro de marca, enquanto esse suporte não seja disfuncional, ou contra direito.

¹⁵ CC Art. 1.228. O proprietário tem a faculdade de usar, gozar e dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha. § 1o O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais (...).

Como longamente exposto no item inicial deste capítulo, não existe direito de adquirir propriedade intelectual com substrato em má-fé. A pretensão de adquirir marca com base em nome de empresa anterior está sujeita ao mesmo filtro a que menciona Gama Cerqueira, antes citado:

Não é isso, porém, o que se verifica, mas justamente o contrário, tendendo a livre concorrência para o abuso desse direito, o que exige a intervenção do Estado nos seus domínios, a fim de contê-la dentro de certas regras impostas pela lealdade, pela boa-fé e pelo interesse social. Os princípios em que se funda a teoria da repressão da concorrência desleal dominam todos os institutos da propriedade industrial, como o reverso moral da lei positiva, revelando-se, assim, sob mais este aspecto, a unidade desse ramo do direito.

E não menos aqui se aplica a censura do tribunal federal especializado:

“Além disso, mesmo que se considerasse proeminente no presente caso os alegados direitos do embargante HÉLIO JOSÉ AYRES MARQUES sobre os inventos em questão, tal premissa não poderia persistir diante da falta de ética que caracterizou a conduta dos réus, cabendo lembrar que a garantia constitucional invocada não pode - nem poderia - validar o registro de patente realizado com evidente má-fé.” TRF2, EDAC 2000.02.01.018537-5, Segunda Turma Especializada do Tribunal Regional Federal da 2.^a Região, à unanimidade, Des. André Fontes, 26 de agosto de 2008

A arguição da precedência de um nome de empresa, como fundamento e legitimação da aquisição de uma marca, não legitima o registro que, embora precedido de proteção estadual, é contaminado por má-fé.