

**Alfredo de Assis  
Gonçalves Neto**

# **DIREITO DE EMPRESA**

Comentários aos artigos 966  
a 1.195 do Código Civil

**4.<sup>a</sup> edição**  
revista, atualizada e ampliada

THOMSON REUTERS

**REVISTA DOS  
TRIBUNAIS™**

## Capítulo II DO NOME EMPRESARIAL

**Art. 1.155.** Considera-se nome empresarial a firma ou a denominação adotada, de conformidade com este Capítulo, para o exercício de empresa.

**Parágrafo único.** Equipara-se ao nome empresarial, para os efeitos da proteção da lei, a denominação das sociedades simples, associações e fundações.

### COMENTÁRIOS

#### 661. O nome como identificador do agente econômico

A vida em sociedade impõe que as pessoas sejam identificadas de alguma forma, pelo nome de nascimento, pelo nome artístico, pela alcunha etc. No mundo jurídico acontece o mesmo, sem o que seria impossível haver relações jurídicas intersubjetivas, face à necessidade de serem conhecidos os respectivos sujeitos.

A necessidade e utilidade práticas de todo agente possuir um nome para se identificar nas relações de que participa vale tanto para as *personas naturais* como para as *personas jurídicas*, de direito público e de direito privado, sendo elevadas, por isso, a uma exigência jurídica indeclinável. “Como sujeitos de direitos e obrigações, as pessoas, sejam elas naturais ou jurídicas, devem e podem ser identificadas. Se, por um lado, a sociedade se interessa em identificá-las, ‘para delas poder exigir com eficácia as obrigações que respeitam a cada uma, como tributo ordenado ao Bem Social’ (LIMONGI FRANÇA, *Do nome civil das pessoas naturais*, p. 174), por outro lado as próprias pessoas também se interessam em ser identificadas e reconhecidas como titulares de direitos” (KARIN GRAU KUNTZ, *Do nome das pessoas jurídicas*, p. 15).

Também no exercício da atividade profissional há necessidade e utilidade nessa identificação. As pessoas jurídicas criadas para o exercício de certa atividade econômica – ou seja, as sociedades, empresárias ou simples – já nascem com sua estrutura voltada para a consecução de seus fins e com um nome apropriado para tanto. Mas com as pessoas naturais pode acontecer que, no

exercício de sua atividade ou profissão, surja a necessidade de particularizar seu nome de berço.

O cidadão José da Silva, por exemplo, diplomado em odontologia, pode identificar-se como “José da Silva, Cirurgião Dentista”, seja para evitar confusão com outros tantos homônimos, seja para enaltecer, na formação de sua clientela, a habilitação que possui e a especialidade a que se dedica.

O próprio empresário individual tem interesse em se identificar nas relações que mantém com aqueles com quem contrata nessa condição, às vezes com nome diverso do de batismo, não só para separar os seus negócios dos demais atos da vida civil, como para melhor ser conhecido perante sua clientela. Duas razões foram apontadas por JOAQUIN GARRIGUES para determinar o uso de um nome comercial distinto do nome civil: “A necessidade de uma designação abreviada para as sociedades, que unifique em seu nome a soma dos nomes dos sócios, e a conveniência de conservar a empresa e suas relações, normalmente ligadas ao nome”, principalmente em caso de sucessão (*Curso de derecho mercantil*, t. I, p. 249).

#### 662. Desenvolvimento da noção de nome empresarial

Desde tempos remotos surgiu o costume de o mercador utilizar-se de uma assinatura peculiar para gerir seus negócios. Era sua firma (assinatura), que, posteriormente, passou a identificar a própria estrutura que empregava no atuar do seu ofício.

Em matéria de sociedades mercantis, o nome surgiu, não como atributo da personali-

dade jurídica, pois a própria prática mercantil, muito antes de sua consagração, já havia adotado o chamado *signus societatis* em razão da conveniência de separar os atos da sociedade daqueles praticados pelo sócio que agia por ela. Recorda PHILOMENO JOSÉ DA COSTA que o nome coletivo de empresa “originou-se historicamente das denominadas sociedades familiares no período áureo do mercantilismo do norte da Itália, na baixa Idade Média. O velho mercador deixava o seu negócio próspero e afamado para os seus filhos e seus genros; estes seus comensais sentavam-se destarte a sua mesma mesa, comendo o mesmo pão; indicava-se comercialmente essa identidade com o emprego da expressão *et cum pagnis* (com o mesmo pão). Com a morte do fundador do negócio, esses herdeiros assinavam todos os seus nomes (*expendere nomen in simul*, isto é, dar o próprio nome em comum, conforme CARVALHO DE MENDONÇA, *Tratado de direito comercial brasileiro*, 7. ed., v. 2/147, 1963, n. 177). Quando ocorreu mais tarde de algum herdeiro não assinar, empregou-se essa expressão *et cum pagnis* para traduzir antes um parente próximo comensal; traduziu depois mesmo um estranho, como cessionário de primitivo parente; o *et cum pagnis* ficou sendo & Companhia ou abreviadamente & Cia. Estava criada a sociedade exatamente em nome coletivo ou com firma” (Nome comercial – formação princípios e origens – firmas, razões sociais e denominações sociais, RT 501/38).

Posteriormente, o nome da sociedade, por influência dos países de origem germânica (n. 643 *supra*), passou a ser objetivado, deixando de se vincular a pessoas para converter-se no signo de um patrimônio, daí se espraiando para abranger outros sinais distintivos do empresário, de sua empresa (estrutura) ou, ainda, de seu estabelecimento. Assim nasceram a denominação social, o título do estabelecimento e as marcas. A expressão “nome comercial” passou a ter, a partir de então, uma significação abrangente dos diversos sinais identificadores do empresário, de sua estrutura e do objeto do seu negócio, dificultando a separação desses vários institutos (Sobre o assunto, JORGE HENRIQUE PINTO FURTADO, *Curso de direito das sociedades*, n. 43, p. 278-283.) – o que se refletiu na legislação e na doutrina nacionais.

Nosso Código Comercial só previa o uso de firma social pela sociedade em nome coletivo

“ou com firma” (art. 311); as demais sociedades, na concepção oitocentista de serem parcerias de comerciantes, utilizavam o nome ou os nomes dos que as geriam. Só com o advento do Dec. 916/1890, é que o nome empresarial foi estendido às demais sociedades. Esse diploma legal conceituou a firma, a razão social e a denominação (então privativa das sociedades anônimas) como “o nome sob o qual o comerciante ou sociedade exerce o comércio e assina-se nos atos a ele referentes”, distinguindo-as, desse modo, do que os autores italianos tratavam como *nomi di commercio* – isto é, dos nomes de comércio, como a insígnia, o título de estabelecimento, a marca e, até mesmo, o nome comercial, regulados pelos Decretos 3.346 e 9.828, ambos de 1887. Por isso, o art. 15 do mesmo Dec. 916/1890, dispôs que não regulava os nomes comerciais ou industriais – expressões que hoje correspondem, exatamente, ao que regulou –, querendo referir-se, aí, às marcas, títulos de estabelecimento etc.

Foi a partir do nosso primeiro Código de Propriedade Industrial, contido no Dec.-lei 7.903/1945, que se adotou definitivamente, o conceito atual de nome comercial ou empresarial, assim definido no seu art. 104: “A firma ou denominação adotada pela pessoa física ou jurídica, para o exercício de atividades comerciais, industriais ou agrícolas”, não deixando mais polêmica, no direito brasileiro, acerca do seu caráter restritivo. Seguiu-se o Dec.-lei 254/1967, que preferiu a expressão *nome de empresa* significando “a firma ou denominação adotada por pessoa física ou jurídica e pela qual é designada, no exercício de suas atividades comerciais, industriais, comerciais, extrativas, agrícolas ou de prestação de serviços”. O texto primitivo do Projeto do Código Civil aludia a nome de empresário, depois alterado para nome empresarial para ajustar-se à terminologia da Lei 8.934/1994, que instituiu o Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins. (Sobre o assunto, do autor, *Manual de direito comercial*, n. 78, nota 319, p. 171-172.)

#### 663. Conceito de nome empresarial e distinções

O nome empresarial, segundo o art. 1.155 do Código Civil, ora sob exame, “é a firma ou denominação adotada, de conformidade com

este Capítulo, para o exercício da empresa”. Ou seja, é o nome que o empresário, singular ou coletivo, utiliza para o exercício de sua atividade econômica e se vincula nas suas relações com terceiros.

Ao assinar um contrato, ao emitir um cheque ou uma duplicata, o empresário aí apõe esse nome – o seu nome –, que ora consiste em simples assinatura, ora em assinatura acompanhada de designação. Nisso é que se distingue, por força de lei, o *nome comercial* ou *empresarial* dos demais *nomes de comércio*, os quais são pelo empresário empregados, não mais para obrigá-lo, mas para identificar ou individualizar seu estabelecimento (título de estabelecimento e insígnia), seus produtos, mercadorias e serviços (marcas), como já tive oportunidade de esclarecer noutra oportunidade (*Manual de direito comercial*, n. 78, p. 171).

*Título de estabelecimento* é o nome que o empresário dá à sua loja, à sua casa de comércio, para melhor divulgá-la e atrair clientela; é o que vai no frontispício do seu espaço de atuação, como “Churrascão do Chefe”, que particulariza um estabelecimento, pertencente à sociedade empresária cujo nome empresarial seria, v.g., “Silva & Cordeiro Ltda.”. Na composição do título de estabelecimento pode haver uma combinação de linhas, letras e cores, como um suculento espeto de carnes fatiadas, chamada *insígnia*, integrante do próprio título.

Já a *marca* é o sinal distintivo que o empresário utiliza para identificar seus produtos, suas mercadorias ou seus serviços. No exemplo dado, seria o mesmo espeto com a carne fatiada, a indicar os serviços de atendimento prestados por “Silva & Cordeiro Ltda.”, aposto nos aventais dos garçons, nos guardanapos, nas correspondências, nas notas fiscais, nos pratos, nos utensílios, na fachada do restaurante etc., para identificar o tipo e a qualidade dos serviços prestados.

#### 664. Espécies de nome empresarial

Perante a legislação brasileira o nome empresarial pode ser simples ou composto, conforme se refira a um empresário individual (firma individual) ou a uma sociedade empresária (firma ou razão social e denominação social). Assim, são espécies de nome empresarial:

a) a *firma individual*, composta pelo nome do empresário individual, por extenso ou abreviadamente, acrescido, se for o caso, de designação mais precisa de sua pessoa ou do ramo de atividade a que se dedica (CC, art. 1.156);

b) a *firma social* ou *razão social*, que é o nome empresarial de algumas espécies de sociedades empresárias, formado pelo nome de seus sócios ou de pelo menos um deles e de expressão indicativa da existência de uma sociedade (CC, arts. 1.157, 1.158 e 1.161);

c) a *denominação social*, que é o nome empresarial de algumas sociedades empresárias, formado pela utilização de expressões de fantasia ou do nome de alguém que tenha concorrido para o êxito da empresa, sócio ou não, acrescido de expressões indicativas do tipo societário (CC, arts. 1.158, 1.160 e 1.161).

---

O nome da empresa individual de responsabilidade limitada pode ser tanto uma *firma* como uma *denominação* (CC, art. 980-A, § 1.º).

---

As duas primeiras são consideradas espécies de *nome empresarial subjetivo*, porque vinculadas à pessoa do empresário ou dos sócios da sociedade empresária; a terceira é o *nome empresarial objetivo*, voltado a identificar a estrutura ou o patrimônio empresarial, sem indicação da pessoa que o exerce ou das pessoas que da sociedade empresária participam. (Sobre a tendência de objetivação do nome empresarial, JOAQUIN GARRIGUES, *Curso de derecho mercantil*, v. 1, p. 251.)

Cada qual dessas espécies de nome empresarial será tratada nos comentários aos dispositivos que as regulam.

#### 665. Princípios que orientam a composição do nome empresarial

O nome empresarial, ao contrário do que se passa com o nome civil (que é de livre escolha dos genitores da pessoa natural), deve observar alguns princípios, que decorrem da boa-fé e da lealdade empresarial.

Na sua composição, cumpre ser respeitado, primeiramente, o *princípio da veracidade*, segundo o qual o nome do empresário, individual ou coletivo, deve retratar a realidade efetiva e atual de sua empresa. Na aplicação prática desse princípio, se o nome empresarial é formado com o

patronímico de uma pessoa, é preciso que essa pessoa, de algum modo, tenha vinculação com o empreendimento, quer por se tratar do nome do próprio empresário no exercício individual de sua atividade (firma individual), quer por o indivíduo pertencer ao quadro social da sociedade empresária, quer, ainda, por ter sido seu fundador ou alguém homenageado pela sua dedicação ao êxito do empreendimento; se esse nome contém uma expressão de fantasia (designativa, v.g., de animal, de planta, de objeto ou, ainda, de pessoa notoriamente conhecida), deve existir o direito de utilizá-la (pela apropriação ou pela anuência de quem possa outorgá-la); finalmente, se tal nome indica uma atividade, o empresário individual ou coletivo devê-la estar exercendo.

O segundo princípio a que está sujeito o nome empresarial é o da *novidade* ou *originalidade*, a impor que ele seja diferente dos outros nomes empresariais já existentes, de modo a com eles não se confundir dentro do espaço geográfico em que é suposta sua repercussão perante os que contratam com o empresário.

Por último, há o princípio da *unicidade* – este também aplicável ao nome civil – que impede ao empresário possuir mais de um nome para se identificar nas relações jurídicas que celebra com terceiros. Isso não quer dizer, obviamente, que ele não possa ter uma diversidade de nomes de comércio ou sinais distintivos diferentes para particularizar seu estabelecimento, seus produtos ou seus serviços. O que não pode é o empresário, enquanto tal, empregar mais de um nome para obrigar-se. (Ver-se-á, adiante, que esse princípio é aplicável mesmo às sociedades empresárias que podem utilizar razão social ou denominação social – n. 674 e 682 *infra*.)

---

Sobre os sistemas legislativos relativos à composição do nome empresarial, consultar RUBENS REQUIÃO (*Curso de direito comercial*, v. 1, n. 135 a 138, p. 202-206) e JOAQUIN GARRIGUES (*Curso de derecho mercantil*, v. 1, p. 249-252).

---

## 666. Proibições

Não há uma sistematização legal a respeito dos limites a serem observados na composição do nome empresarial. A Lei 8.934/1994, apenas

proíbe o arquivamento de nome idêntico ou semelhante a outro já existente (art. 34).

Existem, porém, outras disposições que devem ser respeitadas. Assim é que, no tocante à escolha da denominação social, por exemplo, constitui *infração penal*, nos termos do art. 191 do Código de Propriedade Industrial, reproduzir ou imitar, de modo a induzir em erro ou confusão, no todo ou em parte, sem a necessária autorização, armas, brasões ou distintivos oficiais nacionais, estrangeiros ou internacionais.

A Instrução Normativa 116/2010 do DNRC, reproduzindo normas anteriormente já assentadas (IN 53/1996, IN 99/2005 e IN 104/2007) contém, em seu art. 4.º, parágrafo único, um comando geral, extraído dos princípios da boa-fé e da lealdade comercial, bem como de normas esparsas de nossa legislação, por ela assim enunciado: “O nome empresarial não poderá conter palavras ou expressões que sejam atentatórias à moral e os bons costumes”.

A isso deve ser acrescentado que também não podem fazer parte da denominação, da razão social ou da firma individual expressões que indiquem, de forma enganadora, qualidades que o empresário ou a sociedade empresária não possui, como seria o caso do vocábulo “fisioterapia” integrado ao nome de empresa que presta serviços de estética corporal. Da mesma forma, os nomes empresariais não devem conter expressões que possam induzir em erro quanto à caracterização jurídica da sociedade.

---

O Código de Sociedades português condensa as proibições ao emprego da denominação de sociedades deste modo (art. 10, n. 5): Da denominação das sociedades não podem fazer parte: a) expressões que possam induzir em erro quanto à caracterização jurídica da sociedade, designadamente expressões correntemente usadas na designação de organismos públicos ou de pessoas colectivas sem finalidade lucrativa; b) expressões que sugiram de forma enganadora uma capacidade técnica, financeira ou âmbito de actuação manifestamente desproporcionados relativamente aos meios disponíveis ou que correspondam a qualidades e ou excelências em detrimento de outrem; c) expressões proibidas por lei ou ofensivas da moral ou dos bons costumes.

---

## 667. Natureza jurídica do nome empresarial

Várias são as correntes doutrinárias acerca da natureza jurídica do nome empresarial, dentre elas destacando-se (i) a que sustenta que ele é um direito inerente à personalidade e (ii) a que o enxerga como um direito de caráter patrimonial (um bem incorpóreo).

A importância na determinação dessa natureza está em que, “se se tratar de um direito inerente à personalidade, seu regime jurídico não comporta a aplicação das regras relativas ao direito de propriedade e, portanto, o nome comercial não pode ser objeto de disposição” (do autor, *Manual de direito comercial*, n. 85, p. 183).

Para aqueles que sufragam esse entendimento, o nome empresarial equipara-se ao nome civil da pessoa natural e deve, como este, ser considerado uma instituição de ordem pública, um direito inerente à pessoa, em todas as suas manifestações. Nessa concepção, sufragada por KHOLER, LEHMANN, COSACK e STAMLER, dentre outros (SAMPAIO DE LACERDA, *Lições de direito comercial terrestre*, n. 8, p. 152), o nome empresarial não poderia ser objeto de propriedade, visto integrar-se ao indivíduo, como sinal inseparável do seu ser. Tal como o nome civil, o nome empresarial teria essa função: caracterizar e individualizar o proprietário do negócio, o empresário individual ou coletivo.

Em linha oposta, sustentam IHERING, PLANIOL, RAMELLA e outros, que o nome empresarial é um direito de cunho patrimonial, portanto, um bem móvel incorpóreo, que tem por função, além de identificar o empresário, ressaltar o seu negócio. Possui um inegável valor econômico, que não pode ser desprezado e que se incorpora ao patrimônio do empresário, seu titular. Nessa concepção, é um bem que integra o estabelecimento empresarial. Uma orientação derivada dessa, vê o nome empresarial como um direito concorrencial, também integrante do patrimônio empresarial.

E há uma terceira orientação que, separando os nomes comerciais subjetivos (firmas e razões sociais) dos objetivos (denominações), defende a natureza de direito inerente à personalidade dos primeiros, catalogando os últimos entre os direitos patrimoniais. (Sobre o assunto, do autor, *Manual de direito comercial*, n. 85, p. 184.)

Parece haver uma tendência da doutrina na objetivação do nome empresarial, o que o leva a ser desprendido das pessoas dos sócios para vincular-se ao patrimônio “aziendal”. Nessa linha de pensamento, o nome empresarial seria um identificador do conjunto de bens que integram o patrimônio do empresário, voltado ao exercício de sua atividade empresarial (estabelecimento). Isso já se verifica na legislação de alguns países, como na Lei 19.550/1972, da Argentina, que admite o uso de denominação pelas sociedades em nome coletivo (art. 126), em comandita simples (art. 134) e de capital e indústria (art. 142), particularizando o tipo societário pelo acréscimo das expressões “sociedade coletiva”, “sociedade em comandita simples” e “sociedade de capital e indústria”, respectivamente, ou suas abreviaturas – o que permitiu realizarem-se modificações no nome delas, tradicionalmente vinculados às pessoas dos sócios. (Sobre o tema, ver, ainda, FRAN MARTINS, *Comentários à lei das sociedades anônimas*, v. 1, n. 9, p. 34, nota 16.)

A objetivação do nome traz à tona, como consequência, sua concepção patrimonial, isso significando sua transmissibilidade, eis que passa a ser considerado “um elemento patrimonial da empresa” (JOAQUIN GARRIGUES, *Curso de derecho mercantil*, v. 1, p. 251).

O Código Civil, todavia, não seguiu essa inclinação, pois, de um lado, determinou a aplicação às pessoas jurídicas, da proteção dos direitos da personalidade que estabeleceu em relação às pessoas naturais (art. 52); e, de outro lado, estatuiu a inalienabilidade do nome empresarial (art. 1.164). No entanto, ao possibilitar ao adquirente o uso do nome do alienante, embora com a qualificação de sucessor (art. 1.164, parágrafo único), o Código Civil acabou deixando aberta a possibilidade de sua negociação. Além disso, há regras que com esses preceitos precisam ser conciliadas, como as que preveem a perda do nome pelo não uso (Lei 8.934/1994, art. 60), pela sua modificação em virtude da mudança do quadro social (CC, arts. 1.165), pela transformação da sociedade empresária em outra de tipo que exija outro nome (CC, art. 1.113), por mudança de objeto (CC, art. 1.168) ou pela vontade do próprio empresário, já que não há norma que o impeça. (Ver n. 689 *infra*.)

O que se nota, como já tive oportunidade de sustentar, é que a questão da natureza jurídica do nome empresarial precisa ser harmonizada com o princípio da veracidade. Ao admitir que o adquirente do estabelecimento use o nome do alienante, mesmo com a indicação de ser-lhe o sucessor, o Código Civil está a chancelar a transmissão do nome do primeiro para o segundo porque, evidentemente, aquele não mais poderá usá-lo.

Por outro lado, esse enunciado é incompatível com qualquer direito inerente à personalidade, de que se distancia o nome empresarial, não só pelas disposições que estabelecem sua perda, como pela possibilidade de seu titular modificá-lo e, até, abandoná-lo, permitindo assim que outro o adquira pelo uso. Também essa incompatibilidade revela-se pelas várias funções que o nome empresarial preenche, não só de identificação do empresário, com exclusão de homonímia, como de preservação da clientela, de identificação da atividade e da forma como é exercida, de vinculação ao crédito de que goza na praça etc.

Por isso, entendo que, apesar das disposições antes referidas, a legislação nacional não rejeita o cunho patrimonial do nome empresarial, que sobressai da prática mercantil, como um fato incontestável. É o nome empresarial, portanto, um bem incorpóreo, integrante do estabelecimento comercial e, por conseguinte, sujeito às regras da propriedade móvel (CC, art. 83, III), dentre as quais as de aquisição e perda, com as particularidades que lhe são próprias.

“Essas conclusões” – já o salientei – “levam às seguintes consequências, *ad exemplum*: a ocupação, através da apropriação, é uma das formas originárias de aquisição da propriedade do nome comercial (observados os princípios a ele atinentes), seguindo-se seu registro, constitutivo do direito de sua utilização exclusiva; também o é a usucapião, relativamente aos nomes já existentes que deixarem de ser utilizados pelos seus titulares anteriores durante os prazos previstos em lei; a tradição (simbólica) é forma de aquisição derivada, por ato intervivos ou *mortis causa*” (o nome é alienável, contanto que respeitados princípios e pressupostos); “a perda da propriedade do nome comercial ocorre pelo abandono ou pela renúncia, caracterizados pela cessação do exer-

cício da atividade empresarial, pela modificação da estrutura societária que imponha a adoção de outro nome e assim por diante” (*Manual de direito comercial*, n. 85, p. 186).

#### 668. O nome das demais pessoas jurídicas

Já o nome das sociedades não empresárias e das demais pessoas jurídicas de direito privado (associações e fundações), diversamente do que se passa com o nome empresarial, pouca atenção tem merecido da doutrina e do legislador.

No que respeita à identificação desses entes, vale observar que nosso Código Civil de 1916 limitou-se a exigir a indicação de uma denominação para fins de registro e de aquisição de personalidade jurídica (arts. 18 e 19, I), norma reproduzida no artigo 46, I, do atual. Também a Lei de Registros Públicos nada mais fez do que estabelecer a imprescindibilidade de indicação da denominação da pessoa jurídica como requisito para sua inscrição no respectivo ofício (Lei 6.015/1973, art. 120, I).

---

O Dec. 18.542/1928, não mencionou a necessidade de a pessoa jurídica ter um nome para registro; também não constou a determinação no Dec.-lei 9.085/1946, mas a doutrina o exigia por força da regra do art. 19 do Código Civil de 1916. (Sobre o assunto, MIGUEL MARIA DE SERPA LOPES, *Tratado dos registros públicos*, v. 2, n. 118, p. 20).

---

A previsão do antigo Código Civil permanece no art. 997, II, do atual que, pela primeira vez, deu-lhe uma disciplina mais abrangente, equiparando-o ao nome empresarial para efeitos da proteção da lei (art. 1.155, parágrafo único), como será visto mais adiante.

Tal equiparação, todavia, não faz com que o nome das pessoas jurídicas não empresárias fique vinculado à observância dos mesmos critérios estabelecidos para a formação do nome empresarial. Pode-se dizer que ele é de composição livre, à semelhança do nome civil, encontrando limites, porém, (i) nos princípios gerais de direito, designadamente, no da boa-fé, e (ii) nos bons costumes.

Nessa compreensão, a liberdade de composição do nome de tais pessoas jurídicas não pode conter palavras de baixo calão, ofensivas à moralidade pública, indicativas de qualidades

de que não é dotada a sociedade, associação ou fundação etc. Também não pode reproduzir ou imitar nome já adotado por outra pessoa jurídica, ou algum semelhante, a ponto de poder causar confusão.

Além disso, o nome das pessoas jurídicas não empresárias é de uma única espécie. É identificado por uma *denominação* que com a denominação social das sociedades empresárias não mantém nenhuma similitude. Dita denominação pode ser composta livremente, com o nome de sócios (“Cícero & Túlio”), do instituidor da fundação (“Fundação Cicrano de Tal”), com um nome fantasia (“Instituto Paraíso de Auxílio aos Idosos”) etc., sem que daí resulte tratamento jurídico diferenciado.

Podem existir normas especiais. A sociedade de advogados é um exemplo. Seu nome será uma *razão social*, na linguagem legal, formada pelo nome completo ou abreviado de um dos advogados responsáveis pela sociedade, não permitido o emprego de nome fantasia nem a adoção de forma ou características mercantis (Lei 8.904/1996, art. 16 e § 1.º).

Em se tratando de sociedade simples que adote um dos tipos de sociedade empresária, seu nome há de seguir as regras do tipo escolhido (CC, art. 983). Uma sociedade dedicada a prestar serviços médicos, por exemplo, se optar

em se constituir como sociedade limitada, terá de adotar (i) uma razão social que acrescente, ao final, a palavra “limitada” ou “Ltda.” (v.g., “Silva & Cordeiro Ltda.”) ou (ii) uma denominação social que contenha um nome fantasia, a indicação do objeto (n. 677 *infra*) e a expressão “limitada” (v.g., “Clínica de Medicina Molecular Santa Fé Ltda.”).

O mesmo se dá quando uma sociedade simples já existente decide optar por um dos tipos de sociedade empresária. Nesse caso, devem ser observadas as regras relativas à transformação (CC, art. 984, parágrafo único) e sua denominação precisa também ser alterada para ajustar-se ao tipo escolhido.

Se a sociedade simples for microempresa ou empresa de pequeno porte deve acrescentar à sua denominação as expressões que particularizam esse regime jurídico, ME ou EPP, respectivamente (LC 123/2006, art. 72).

Com a modificação do art. 44 e parágrafos do Código Civil, introduzida pela Lei 10.825/2003, as organizações religiosas e os partidos políticos ficaram destacados das associações para receber tratamento especial. Entretanto, como espécies de associação que são, suas denominações sujeitam-se à mesma disciplina jurídica, se não vierem a ser reguladas de modo diverso nas respectivas leis especiais.

**Art. 1.156.** O empresário opera sob firma constituída por seu nome, completo ou abreviado, aditando-lhe, se quiser, designação mais precisa da sua pessoa ou do gênero de atividade.

## COMENTÁRIOS

### 669. Conceito e características da firma individual

O antigo mercador, como já foi observado, apunha sua assinatura pessoal no negócio, isto é, firmava os papéis relativos à atividade que exercia. Daí a origem da expressão “firma” (assinatura) para identificar a própria estrutura empregada no exercício de sua atividade econômica e a sinonímia entre *firma individual* e empresa individual, até hoje utilizada na prática dos negócios.

Para os propósitos destes comentários, a firma individual é uma das espécies de nome empresarial (n. 664 *supra*), mais precisamente o nome empresarial do empresário individual.

Essa firma pode corresponder ao nome civil do empresário, completo ou abreviado: “José da Silva”, ou “J. Silva”, por exemplo. No entanto, como o nome empresarial tem de ser original (princípio da originalidade, n. 665 *supra*), se já existir um José da Silva com essa firma individual ou com outra parecida (“J. Silva”), é preciso