

FUNDAÇÃO ‘EURÍPIDES SOARES DA ROCHA’
CENTRO UNIVERSITARIO EURÍPIDES DE MARÍLIA – UNIVEM
CURSO DE DIREITO

LÍVIA MAREGA GOMES MATTOS

**A EFETIVIDADE DA PENHORA DA MARCA NO ORDENAMENTO JURÍDICO
BRASILEIRO**

MARÍLIA
2016

LÍVIA MAREGA GOMES MATTOS

A EFETIVIDADE DA PENHORA DA MARCA NO ORDENAMENTO
JURÍDICO BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Fundação “Eurípides Soares da Rocha” mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Adriano Martins de Oliveira

MARÍLIA

2016

MATTOS, Livia Marega Gomes

A efetividade da penhora da marca no ordenamento jurídico brasileiro; Livia Marega Gomes Mattos. Orientador: Adriano Martins de Oliveira. Marília, SP: [s. n], 2016.

57 f.

Trabalho de Curso (Graduação em Direito) – Curso de Direito, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípedes de Marília – UNIVEM, Marília, 2016.

1. Ação de Execução. 2. Penhora 3. Marca 4. Efetividade

CDD: 342.272



FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"

MANTENEDORA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA – UNIVEM

Curso de Direito

Lívia Marega Gomes Mattos

RA: 52104-3

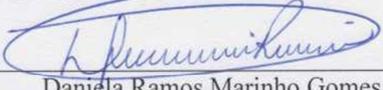
A Efetividade da Penhora da Marca do Ordenamento Jurídico Brasileiro.

Banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Direito da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Direito.

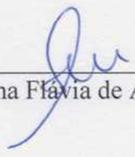
Nota: 10 (dez)

ORIENTADOR(A): 

Adriano de Oliveira Martins

1º EXAMINADOR(A): 

Daniela Ramos Marinho Gomes

2º EXAMINADOR(A): 

Ana Flávia de Andrade Nogueira Castilho

Marília, 29 de novembro de 2016.

Dedico o presente trabalho a Jesus, ao meu esposo, aos meus pais e ao meu irmão, pois são eles que sempre estiveram ao meu lado, me apoiaram e me incentivaram a seguir em frente, mesmo em meio a tantos obstáculos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente eu gostaria de agradecer e honrar a Jesus, o meu Senhor e Salvador, pois sem o alto preço pago pela minha vida na cruz e sem sua doce presença todos os dias ao meu lado, sem dúvidas, eu não estaria onde estou. A cada dia em que Ele me dá a graça de viver é uma oportunidade que não volta. Por isso, peço sempre a Sua direção no início de tudo que preciso fazer e tenho como princípio sempre lembrar de agradece-Lo no final.

Aos meus pais e ao meu irmão que me deram o maior amor do mundo, nunca me deixaram sozinha, me proporcionaram uma ótima educação e sempre me apoiaram e me incentivaram a perseguir os meus sonhos e a jamais desistir deles.

Ao meu grande amor, meu presente de Deus, meu esposo, melhor amigo e companheiro, Yan, que sempre me apoiou e me incentivou a ser melhor a cada dia e a enfrentar os dias difíceis com leveza e tranquilidade e jamais desistir dos sonhos que Deus colocou em meu coração para a minha carreira profissional.

À minha grande e preciosa amiga Alessandra, presente que Deus colocou em minha vida neste ano e que tanto me ensinou, me apoiou, me incentivou e me ajudou nessa reta final cheia de lutas e desafios.

Aos professores da “Fundação Eurípedes Soares da Rocha” (UNIVEM-Centro Universitário Eurípedes de Marília), em especial ao meu orientador, Adriano Martins de Oliveira. Obrigada por me auxiliarem e me ensinarem tanto durante todo o curso.

Os meus sinceros agradecimentos a todos. Sem a ajuda de Jesus e de cada um de vocês, esse sonho jamais seria possível.

*“Consagre ao Senhor
tudo o que você faz,
e os seus planos serão bem-
sucedidos”.*

Provérbios 16:3

MATTOS, Livia Marega Gomes. **Efetividade da penhora da marca no ordenamento jurídico brasileiro**. 2016. 57 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Direito) – Centro Universitário Eurípedes de Marília, Fundação de Ensino Eurípedes Soares da Rocha, Marília, 2016.

RESUMO

O referido Trabalho de Conclusão de Curso intitulado como "A Efetividade da Penhora da Marca no Ordenamento Jurídico Brasileiro" visa apresentar uma análise acerca da penhora de marcas empresariais/comerciais e da sua efetividade no ordenamento jurídico ocorrida em razão do notável aumento dos casos em que as marcas empresariais/comerciais têm sido alvo de ações de execuções. Como regra geral, a finalidade do processo de execução é a satisfação do crédito do exequente, conciliando o princípio da menor onerosidade ao devedor e o princípio de que a execução se faz no interesse do credor, sendo possível verificar que a existência da penhora da marca, em face da magnitude deste patrimônio na atividade empresarial, deve ser vista e executada como uma medida excepcional e deferida na hipótese de inexistência de outros bens passíveis de penhora. Posto isto, o objetivo principal desta análise é de entender até que ponto é cabível a penhora da marca sem infringir os direitos da empresa executada. O estudo se dividiu em três capítulos. O primeiro capítulo denominado "Da Ação de Execução e da Penhora", foi composto pela análise do conceito de processo de execução, da execução no direito brasileiro, dos princípios aplicáveis, dos requisitos necessários para a execução e, por fim, da definição e dos efeitos da penhora, da sua substituição, da penhora *on-line* e da indicação de bens à penhora. Em seguida, o segundo capítulo, o qual foi denominado "Da Marca", apresenta um estudo da marca como um bem incorpóreo, analisando a sua definição, as suas classificações, a sua natureza jurídica e o seu registro. Ao final, o terceiro capítulo tem o objetivo de demonstrar a real efetividade da penhora da marca de uma empresa no ordenamento jurídico brasileiro, apontando quais as vantagens e desvantagens da penhora da marca, quais as consequências dessa penhora e quais são os princípios que regem a proteção das marcas. A pesquisa é classificada como qualitativa e será abordada fazendo-se uso do método dialético. Quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa pode ser classificada como: bibliográfica e documental. A pesquisa desenvolver-se-á com a utilização de um plano de trabalho que irá orientar, primeiramente, a cuidadosa identificação e seleção das fontes bibliográficas e documentais que serão utilizadas, tais como: estudos jurídicos existentes; legislação nacional pertinente; jurisprudência relevante; O material será obtido por meio de artigos publicados em revistas especializadas, livros, acórdãos de tribunais superiores, textos publicados na internet.

Palavras-chave: Ação de Execução. Penhora. Marca. Efetividade.

MATTOS, Livia Marega Gomes. **Efetividade da penhora da marca no ordenamento jurídico brasileiro**. 2016. 57 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Direito) – Centro Universitário Eurípedes de Marília, Fundação de Ensino Eurípedes Soares da Rocha, Marília, 2016.

ABSTRACT

The Completion of Course Work titled as "Attachment Effectiveness of The Mark of the legal system Brazilian" aims to present an analysis of the attachment of corporate brands / trade and its effectiveness in the law occurred because of the remarkable increase in cases in which corporate / commercial brands have been the target of executions actions. As a general rule, the purpose of the implementation process is the creditor of the credit satisfaction, reconciling the principle of least burden to the debtor and the principle that the implementation is done in the interest the lender, it is possible to verify the existence of brand attachment, given the magnitude of this heritage in business activity, should be seen and implemented as an exceptional measure and granted in the event of no other property liable to attachment. That said, the main objective of this analysis is to understand to what extent is appropriate attachment of the brand without infringing the rights of the executed company. The study was divided into three chapters. The first chapter called "The Enforcement Action and the Garnishment", was composed by the analysis of the concept of the implementation process of implementation in Brazilian law, the principles applicable, the requirements for the implementation and, finally, the definition and the effects of attachment, its replacement, the attachment online and statement of assets for attachment. Then the second chapter, which was called "The Brand", presents a study of the brand as an intangible asset, analyzing its definition, its ratings, its legal status and its registration. Finally, the third chapter aims to demonstrate the real effectiveness of a company's brand attachment in the Brazilian legal system, pointing out the advantages and disadvantages of brand attachment, the consequences of this attachment and what are the principles governing the trademark protection. The research is classified as qualitative and will be addressed by making use of the dialectical method. As for the research technical procedures can be classified as: bibliographical and documentary. The research will be developed with the use of a work plan that will guide, first, the careful identification and selection of bibliographical and documentary sources to be used, such as: existing legal studies; relevant national legislation; relevant case law; The material will be obtained through articles published in journals, books, judgments of higher courts, texts published on the Internet.

Keywords: Enforcement Action. Garnishment. Brand. Effectiveness.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Exemplos de marca de produtos ou serviços	31
FIGURA 2 - Exemplos de marca de certificação	32
FIGURA 3 - Exemplos de marca coletiva.....	33
FIGURA 4 - Exemplos de marca emblemática ou figurativa	34
FIGURA 5 - Exemplos de marca mista.....	35
FIGURA 6 - Exemplos de marca tridimensional	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Art.: Artigo

Caput: Cabeça

CF: Constituição Federal

CPI: Código de Propriedade Industrial

CPC: Código de Processo Civil

CUP: Convenção da União de Paris

Ed.: Edição

f: Folhas

INPI: Instituto Nacional de Propriedade Industrial

LPI: Lei de Propriedade Industrial

NPCP: Novo Código de Processo Civil

n.: Número

p.: Página

Rel.: Relator

STF: Supremo Tribunal Federal

STJ: Supremo Tribunal de Justiça

TJ: Tribunal de Justiça

v.: Volume

§: Parágrafo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO I – DA AÇÃO DE EXECUÇÃO E DA PENHORA	15
1.1. Da evolução do processo de execução	15
1.2 A execução no direito brasileiro	17
1.3. Princípios do processo de execução	18
1.3.1. Autonomia da execução	18
1.3.2 Princípio da Patrimonialidade	18
1.3.3 Princípio do exato adimplemento	19
1.3.4. Princípio da utilidade.....	19
1.3.5 Princípio da menor onerosidade	19
1.3.6 Princípio da responsabilidade do devedor.....	20
1.3.7 Princípio do contraditório.....	20
1.4. Requisitos necessários para a execução.....	20
1.5 Da execução por quantia certa por devedor solvente	23
1.6. Da penhora.....	24
CAPÍTULO II – DA MARCA	30
2.1 Definições de marca	30
2.2 Classificação das marcas	31
2.2.1 Classificação quanto a sua aplicação.....	31
2.2.2 Classificação quanto à finalidade	34
2.2.3 Classificação quanto à forma.....	34
2.2.4 Classificação quanto ao conhecimento comum.....	36
2.3 A função da marca	37
2.4 Natureza jurídica da marca	37
2.5 Registro da marca – Requisitos	38
CAPÍTULO III – A EFETIVIDADE DA PENHORA DA MARCA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO	41
3.1 Da distinção entre marca empresarial e nome empresarial	41
3.2 Da avaliação da marca.....	42
3.3 As 50 marcas mais valiosas do mundo no ano de 2016.	43
3.4 Da penhora da marca	46
3.5 Da possibilidade da penhora da marca	48
3.6 Dos princípios que regem a proteção da marca.....	50
3.7 Consequências da penhora da marca para uma empresa.	51
CONCLUSÃO	53
REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO

Atualmente, percebe-se um notável aumento nos casos em que as marcas industriais / empresariais têm sido alvo de ações de execução. Isso acabou por resultar em um número significativo de iniciativas legislativas, executivas e judiciais.

Embora a execução tenha como princípio impactar da menor forma possível o devedor, é possível ampliar a medida quando a escolha do meio menos gravoso é ineficaz e, para se verificar a possibilidade de penhorar-se a marca, é mister tratá-la como um bem imaterial integrante da propriedade industrial, analisando a possibilidade, por intermédio de verificação jurisprudencial, da penhora da marca.

A marca de uma empresa pode ser penhorada? Se a empresa que está sendo executada não indica bens ou valores passíveis de constrição, a penhora da marca acaba sendo o único meio de obter o pagamento da dívida pendente. A marca é um ativo forte, pode ser avaliada, comprada, vendida, licenciada e, no caso, penhorada.

A importância central destes estudos aqui propostos se refere a sua relevância para o notável aumento nos casos em que as marcas industriais e / ou comerciais tem sido alvo de ações de execução.

Quando não existem bens ou ativos financeiros que garantam o débito da empresa e esta tiver sido dissolvida de forma irregular, é possível a penhora da marca.

A fim de encontrar uma melhor explicação para o problema e objetivo apresentados faz-se necessário identificar a ação de execução e a penhora.

A partir das considerações então apresentadas, busca-se por meio do presente trabalho de conclusão de curso a demonstração da possibilidade de penhorar a marca de uma empresa, sem infringir o princípio da menor onerosidade ao devedor e o princípio de que a execução se faz no interesse do credor, sendo este o objetivo geral do estudo.

Com objetivo proposto buscou-se entender os seguintes questionamentos essenciais: É possível penhorar a marca de uma empresa? Como se dá essa penhora? Quais as consequências da penhora da marca?

A pesquisa é classificada como qualitativa e será abordada fazendo-se uso do método hipotético-dedutivo. Quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa pode ser classificada como: bibliográfica e documental.

A pesquisa desenvolver-se-á com a utilização de um plano de trabalho que irá orientar, primeiramente, a cuidadosa identificação e seleção das fontes bibliográficas e documentais que serão utilizadas, tais como: estudos jurídicos existentes; legislação nacional

pertinente; jurisprudência relevante; O material será obtido por meio de artigos publicados em revistas especializadas, livros, acórdãos de tribunais superiores e de textos publicados na internet.

Os dados serão analisados da seguinte forma: serão apresentados, sistematicamente, os dados bibliográficos relativos ao nosso objeto de estudo e problema proposto. De posse desses dados será feita uma análise comparativa com as jurisprudências e artigos atuais sobre o assunto, a fim de tirar algumas conclusões que possam melhorar a proteção jurídica das marcas empresariais e comerciais.

Dado ao exposto, conclui-se que o presente trabalho se dividiu em três capítulos compostos de vários tópicos cada.

O primeiro capítulo denominado “Da Ação de Execução e da Penhora”, foi composto pela análise do conceito de processo de execução, da execução no direito brasileiro, dos princípios aplicáveis, dos requisitos necessários para a execução e, por fim, da definição e dos efeitos da penhora, da sua substituição, da penhora *on-line* e da indicação de bens à penhora.

Em seguida, o segundo capítulo, o qual foi denominado “Da Marca”, apresenta um estudo da marca como um bem incorpóreo, analisando a sua definição, as suas classificações, a sua natureza jurídica e o seu registro.

Ao final, o terceiro capítulo tem o objetivo de demonstrar a real efetividade da penhora da marca de uma empresa no ordenamento jurídico brasileiro, apontando quais as vantagens e desvantagens da penhora da marca, quais as consequências dessa penhora e quais são os princípios que regem a proteção das marcas.

CAPÍTULO I – DA AÇÃO DE EXECUÇÃO E DA PENHORA

1.1 Da evolução do processo de execução

Para Humberto Theodoro Junior (1994, p.1), o homem não realiza seu destino de ser racional senão através da vida em sociedade. Esse modo de viver, no entanto, exige de todos os cidadãos a submissão a normas de conduta, sem as quais o organismo coletivo não sobrevive.

Na antiguidade, a própria sociedade exercia seus direitos e buscava resolver seus conflitos com as próprias mãos, muitas vezes cometendo grandes abusos.

Toda sociedade primitiva faz uso da *autotutela*, que é mais precária e socialmente perigosa dentre as formas de defesa dos interesses privados: cada qual faz valer seu interesse na medida de sua força e não de seu direito, sem necessidade de demonstrar a um terceiro desinteressado e imparcial, ou a quem quer que seja, a procedência e sua pretensão.

Nesse sistema, como facilmente se compreende, por um lado praticam excessos, com a imposição de sacrifícios desumanos, ou superiores ao débito, por outro, permitem-se que fiquem sem proteção os direitos de quem não tem força suficiente para arrebatar ao adversário o que lhe é devido, ou os de quem não se dispõe à prática da violência, nem tem suficiente astúcia (DINAMARCO, 1998, p.30).

Incidindo sobre o procedimento humano, traçam-se regras morais, religiosas, de etiqueta, de bons costumes e assim por diante. Todas essas regras se destinam a regular o convívio social. Mas, como simples normas, não são suficientes para assegurar a estabilidade comunitária.

Daí a necessidade de certas normas de caráter obrigatório e indiscutível impostas pelo Estado. São as chamadas normas jurídicas, constantes de leis, costumes, doutrinas, jurisprudências e princípios gerais do direito.

E com a crescente evolução, o Estado se consolidava, fazendo com que os direitos pudessem ao menos em parte ser cumpridos e jurisdicionados. Dinamarco expôs em sua obra que:

Da execução corporal passou-se à patrimonial e mesmo esta principiou incidindo sobre todo o patrimônio do executado, para num estágio ulterior restringir-se ao necessário à satisfação do direito violado (1998, p 33).

Atualmente, o próprio ordenamento jurídico disponibiliza medidas para que o Estado possa invadir na esfera de autonomia do indivíduo e fazer cumprir efetivamente a regra de direito, denominada sanção de norma jurídica a qual pode ser civil ou criminal.

Contudo o Estado não era capaz ainda de controlar e ter autonomia para lidar com as situações impostas pela sociedade, não possuía forças para neutralizar o sentimento de vingança que o particular sentia em sua mentalidade que era carregada de velhos valores e velhos hábitos. Apenas com o fortalecimento do próprio Estado é que foi possível instituir uma verdadeira execução, através da qual o credor recebesse algo em seu patrimônio e o devedor perdesse algo (DINAMARCO, 1998, p. 49).

Vê-se que com a imposição do Estado a execução ganhou força e passou a ser uma maneira de o credor reaver seus direitos, e receber algo pela dívida do devedor.

O conceito de execução forçada em direito processual, destina-se especificamente a realizar a *sanção*. E, por isso, Liebman (1968, p. 4) a define como “a atividade desenvolvida pelos órgãos judiciários para dar atuação à sanção”.

E a edição da Lei de 20 de junho de 1774, editada em Portugal, trouxe modificações no processo, na execução forçada, limitando a agressão ao patrimônio do executado, e instituiu institutos muito importantes, como menciona Cândido Rangel Dinamarco:

Foi mediante essa lei que, por exemplo, se instituiu a *avaliação* de bens penhorados, como passo necessário do procedimento, nela e em diplomas subsequentes, estabeleceram-se regras, mais ou menos minuciosas, a serem observadas na avaliação. (...) foi possível a disciplina de certas medidas favoráveis ao executado, visando a evitar sacrifícios patrimoniais excessivos (...) (1998, p. 69).

Nota-se, portanto, que a execução civil evoluiu e despertou novos conceitos e limites aos bens do executado, e o Estado passou a intervir de forma direta e a estabelecer regras para o cumprimento da obrigação.

Se, por exemplo, alguém assinou uma nota promissória, no vencimento terá que honrar a obrigação assumida, resgatando a dívida. Se o devedor não cumpre por iniciativa própria a obrigação, caberá intervenção do Estado em seu patrimônio para tornar efetiva a sua vontade sancionatória, realizando, à custa do devedor, sem ou contra a vontade deste, o direito do credor.

O processo de execução cria, assim, para o devedor, uma situação ou estado de sujeição, ficando o seu patrimônio à mercê da vontade do Estado, para dele extrair-se o bem

devido ou o valor a que tem o direito o credor, observando-se, é claro, os limites estabelecidos em lei.

1.2 A execução no direito brasileiro

Na colônia e mesmo no império a legislação vigorante no Brasil era a portuguesa, toda ela profundamente influenciada pelo direito romano. Mesmo após o movimento francês de equiparação da sentença aos títulos executivos extrajudiciais, continuou-se fiel à divisão entre a execução de sentença e ação executiva.

De acordo com Theodoro Júnior (1994, p.7), o novo diploma legal veio tirar o Brasil do atraso em que se encontrava perante as legislações europeias. O novo Código brasileiro adota o conceito unitário, abolindo a ação executiva para absorvê-la, inteiramente, na ideia única de processo de execução.

Executar é dar efetividade e execução é efetivação. A execução forçada, a ser realizada por obra dos juízes e com vista a produzir a satisfação de um direito, tem lugar quando esse resultado prático não é realizado por aquele que em primeiro lugar deveria fazê-lo, ou seja, pelo obrigado (Dinamarco, 2004, p. 33).

No sistema unitário agora adotado, o processo de execução não é destinado ao contraditório e nele não há nem audiência nem sentença. Só haverá julgamento quando o executado opuser embargos, mas isto ocorrerá em autos apartados e sem interferência no processo de execução.

Segundo Galeno Lacerda (1974, p. 40), ocorrida a revelia do executado, o procedimento executório seguirá sua marcha normal, ultimando-se com a expropriação de bens do devedor, sem necessidade de sentença condenatória para assegurar a força executiva do título extrajudicial, isto é, com abolição completa da fase de conhecimento da antiga ação executiva.

Segundo Cândido Rangel Dinamarco, existem dois meios para executar, ou técnicas executivas (2004, p.42):

O vigente modelo brasileiro de execução civil inclui duas técnicas profundamente distintas entre si, a saber: a) a *execução tradicional* realizada mediante a formal instauração de um processo executivo, caracterizado por seus procedimentos próprios, fases processuais e formas rigorosamente descritas em lei (CPC, arts. 646-735); b) a *execução imediata*, regida pelos arts. 461 e 461-A do Código de Processo Civil, que independe de um novo

processo e compõe-se de atos realiza os em continuação do mesmo processo de conhecimento no qual a sentença houver sido proferida. Esse segundo modo de executar aplica-se apenas às execuções fundadas em sentença que condene por uma obrigação de conduta ou de entrega (execuções específicas por título judicial); a execução por título extrajudicial (quer por dinheiro, coisa certa, fazer ou não-fazer) realiza-se sempre pela via tradicional, até porque não é precedida de processo algum – não havendo, pois, como cogitar da *continuação* de um processo de conhecimento.

Portanto, nota-se a grande evolução do ordenamento jurídico brasileiro, sendo certo que atualmente existem diversas formas de execução, como por exemplo: a execução dos títulos executivos extrajudiciais e o cumprimento de sentença, além dos procedimentos especiais autônomos de execução, como por exemplo, a execução por quantia certa contra devedor insolvente, a execução contra a fazenda pública e a execução fiscal.

1.3 Princípios do processo de execução

Segundo Gonçalves (2004, p. 5), são sete os princípios do processo de execução.

1.3.1 Autonomia da execução

Não se admite que a execução seja considerada simples encerramento do ciclo da ação ordinária. A ação de execução tem elementos próprios e pressupõe condições igualmente próprias, que a distinguem da ação de conhecimento (Gonçalves, 2004, p.5).

1.3.2 Princípio da patrimonialidade

Quanto a esse princípio, o conceito é de que a garantia do débito é o patrimônio, e não a pessoa do devedor.

Está inserido no artigo 789 do Novo Código de Processo Civil, que determina que todos os bens do devedor, presentes e futuros, respondem por suas obrigações, salvo as restrições estabelecidas em lei.

Art. 789. O devedor responde com todos os seus bens presentes e futuros para o cumprimento de suas obrigações, salvo as restrições estabelecidas em lei (BRASIL, 2015).

Sendo assim, nota-se que o devedor jamais responderá com sua própria personalidade quando ocorrer a execução, pois a dívida recairá sobre o seu patrimônio, incluindo bens presentes em seu patrimônio e até futuros.

1.3.3 Princípio do exato adimplemento

Esse princípio, inserido no Art. 797 do CPC, que diz que a execução faz-se no interesse do credor/exequente, e deve garantir-lhe o mesmo resultado que seria obtido caso o devedor cumprisse espontaneamente a obrigação.

Art. 797. Ressalvado o caso de insolvência do devedor, em que tem lugar o concurso universal, realiza-se a execução no interesse do exequente que adquire, pela penhora, o direito de preferência sobre os bens penhorados (BRASIL, 2015).

Ou seja, a execução não atingirá o patrimônio do devedor, senão naquilo que for necessário para a satisfação do credor.

1.3.4 Princípio da utilidade

Quanto ao princípio da utilidade, convém esclarecer que não se admite o uso da execução apenas para trazer prejuízo ao devedor, quando desse prejuízo não revertam benefícios ao credor.

E sendo assim, a penhora não será levada a efeito quando evidente que o produto da execução dos bens encontrados for totalmente absorvido pelo pagamento das custas da execução (NCPC, art. 836, *caput*).

“Art. 836. Não se levará a efeito a penhora quando ficar evidente que o produto da execução dos bens encontrados será totalmente absorvido pelo pagamento das custas da execução.” (BRASIL, 2015)

1.3.5 Princípio da menor onerosidade

A execução faz-se no interesse do credor. Porém, quando por vários meios puder ser obtida a satisfação do credor, o juiz mandará que a execução se faça pelo meio menos gravoso ao devedor (art. 805, *caput*, do Novo Código de Processo Civil).

Art. 805. Quando por vários meios o exequente puder promover a execução, o juiz mandará que se faça pelo modo menos gravoso para o executado (BRASIL, 2015).

Com isso, evita-se impor ao devedor ônus desnecessários à satisfação do credor, que possui outros meios para tornar concretos os seus direitos.

1.3.6 Princípio da responsabilidade do devedor

Incumbe ao devedor a responsabilidade pelas custas, despesas do processo e honorários do advogado. Assim, as despesas com edital, seja o de citação, seja o que precede às hastes públicas, com avaliação de bens e todas as outras que se fizerem necessárias ao bom andamento da execução serão carregadas ao devedor (Gonçalves, 2004, p.7).

1.3.7 Princípio do contraditório

A Constituição Federal em seu artigo 5º, inciso LV, garante a adoção do contraditório em absolutamente todos os processos judiciais, sem mencionar nenhuma exceção.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes (BRASIL, 1988).

No entanto, o juiz assegura às partes possibilidade de manifestação no curso de suas decisões no processo de execução, o princípio ocorre de maneira mais suave e com características peculiares, contudo, sem deixar de ser observado, por tratar-se de dispositivo impositivo da CF, garantindo, ao executado seu direito de resposta.

1.4 Requisitos necessários para a execução

De acordo com Gonçalves (2004, p. 14), são dois os requisitos necessários para a execução.

O primeiro é o inadimplemento do devedor. Para que o credor tenha interesse de agir, é necessário que o devedor tenha se tornado inadimplente. O artigo 786, *caput*, do Novo Código de Processo Civil define que o a execução pode ser instaurada caso o devedor não satisfaça a obrigação certa, líquida e exigível consubstanciada em título executivo.

Art. 786. A execução pode ser instaurada caso o devedor não satisfaça a obrigação certa, líquida e exigível consubstanciada em título executivo (BRASIL, 2015).

Sempre que o devedor satisfizer a sua obrigação, não haverá mais como prosseguir a ação de execução; sempre que houver satisfação parcial, só se poderá prosseguir sobre o restante.

O conceito de inadimplemento por Candido Rangel Dinamarco é:

A falta de adimplemento, que legitima institucionalmente a tutela executiva, não se caracteriza sempre como autêntico *inadimplemento*. Este é um conceito absoluto, empregado para designar a ausência e cumprimento de uma obrigação, acompanhada da definitiva impossibilidade de cumpri-la ou a inutilidade da prestação (...). O não-adimplemento que melhor se ajusta aos conceitos e as técnicas executivas é aquele que se resolve em simples *mora*, não no *inadimplemento*. Mora é apenas o não-cumprimento a obrigação pelo modo, no lugar ou no tempo em que deveria ter sido cumprida (CC, art. 394, mas sempre com a possibilidade de satisfação futura, seja ainda por ato do próprio obrigado ou de terceiro (purgação da mora) (2004, p. 169/170).

E para que não haja dúvida quanto ao conceito e inadimplemento estabelecido na lei, já que o real sentido da palavra traz imprecisões, necessário se faz ter plena consciência de seu real significado no contexto do direito executório, qual seja, a “insatisfação da pretensão do exequente”, conforme expõe Dinamarco (2004, p. 171).

Por outro lado, o outro requisito necessário para a execução é título executivo, que nada mais é do que o documento dotado de eficácia para tornar adequada a tutela executiva de determinada pretensão. Para Gonçalves (2004, p. 15), é a existência do título executivo que viabiliza o ajuizamento do processo de execução. Sem ele, não há como executar, pois é o título que dá a certeza da existência do crédito, necessária para que a esfera patrimonial do devedor seja invadida. Além de necessário para desencadear o processo executivo, o título é que dará os contornos e os limites da execução.

Título executivo é um *ato ou fato jurídico em lei como portador do efeito de tornar adequada a tutela executiva em relação ao preciso direito a que se refere*. Essa conceituação permite visualizar os elementos essenciais ao título

executivo e ao seu correto entendimento no sistema, que são (a) a tipicidade dos títulos segundo as leis vigentes no país, (b) a sua natureza de ato ou fato jurídico, (c) a sua eficácia executiva e (d) a necessidade de que o título se refira a uma obrigação perfeitamente definida quanto a seus elementos constitutivos (certeza e liquidez) (DINAMARCO, 2004, p. 191)

Sendo assim, a exigência de título executivo é pressuposto para a execução, constando que é indispensável, devendo o crédito ser líquido, certo e exigível.

Contudo, como o processo de execução pode gerar consequências graves, implicando desapossamento de bens ou até a expropriação de bens do devedor, não se deixa à vontade dos interessados atribuir a determinado documento força executiva. (DINAMARCO, 2004, p. 192).

Deste modo, somente o legislador é que pode fazê-lo, cabendo exclusivamente à lei discriminar quais os títulos executivos.

O Novo Código de Processo Civil enumera os títulos executivos judiciais em seu artigo 515 e são eles:

Art. 515. São títulos executivos judiciais, cujo cumprimento dar-se-á de acordo com os artigos previstos neste Título:

- I - as decisões proferidas no processo civil que reconheçam a exigibilidade de obrigação de pagar quantia, de fazer, de não fazer ou de entregar coisa;
- II - a decisão homologatória de auto composição judicial;
- III - a decisão homologatória de auto composição extrajudicial de qualquer natureza;
- IV - o formal e a certidão de partilha, exclusivamente em relação ao inventariante, aos herdeiros e aos sucessores a título singular ou universal;
- V - o crédito de auxiliar da justiça, quando as custas, emolumentos ou honorários tiverem sido aprovados por decisão judicial;
- VI - a sentença penal condenatória transitada em julgado;
- VII - a sentença arbitral;
- VIII - a sentença estrangeira homologada pelo Superior Tribunal de Justiça;
- IX - a decisão interlocutória estrangeira, após a concessão do exequatur à carta rogatória pelo Superior Tribunal de Justiça; (BRASIL, 2015).

Já os títulos executivos extrajudiciais estão enumerados no artigo 784 do Novo Código de Processo Civil e são eles:

Art. 784. São títulos executivos extrajudiciais:

- I - a letra de câmbio, a nota promissória, a duplicata, a debênture e o cheque;
- II - a escritura pública ou outro documento público assinado pelo devedor;
- III - o documento particular assinado pelo devedor e por 2 (duas) testemunhas;
- IV - o instrumento de transação referendado pelo Ministério Público, pela Defensoria Pública, pela Advocacia Pública, pelos advogados dos transatores ou por conciliador ou mediador credenciado por tribunal;

- V - o contrato garantido por hipoteca, penhor, anticrese ou outro direito real de garantia e aquele garantido por caução;
- VI - o contrato de seguro de vida em caso de morte;
- VII - o crédito decorrente de foro e laudêmio;
- VIII - o crédito, documentalmente comprovado, decorrente de aluguel de imóvel, bem como de encargos acessórios, tais como taxas e despesas de condomínio;
- IX - a certidão de dívida ativa da Fazenda Pública da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, correspondente aos créditos inscritos na forma da lei;
- X - o crédito referente às contribuições ordinárias ou extraordinárias de condomínio edilício, previstas na respectiva convenção ou aprovadas em assembleia geral, desde que documentalmente comprovadas;
- XI - a certidão expedida por serventia notarial ou de registro relativa a valores de emolumentos e demais despesas devidas pelos atos por ela praticados, fixados nas tabelas estabelecidas em lei;
- XII - todos os demais títulos aos quais, por disposição expressa, a lei atribuir força executiva (BRASIL, 2015).

Portanto, conclui-se que várias são as espécies de execução, contudo, uma das modalidades que merece destaque é a execução por quantia certa contra o devedor solvente, o qual será mais bem explanado abaixo.

1.5 Da execução por quantia certa contra o devedor solvente

Segundo Theodoro Júnior (2011, p. 267) devedor solvente é aquele cujo patrimônio apresenta ativo maior do que o passivo e, portanto, segundo o Art. 789 do NCCPC, a execução por quantia certa contra o devedor dito solvente consiste em expropriar-lhe tantos bens quantos necessários para a satisfação do credor (BRASIL, 2015).

Esse direito é sempre um crédito em dinheiro e os bens suscetíveis de serem expropriados são todos aqueles que se encontrem no patrimônio do devedor e não sejam excluídos da responsabilidade (...). Não se trata, portanto, e exercer constrição sobre o próprio bem devido, (...) na execução por quantia, capta-se qualquer bem responsável e economicamente apreciável e que, conseqüentemente, tenha a capacidade de no futuro produzir dinheiro (DINAMARCO, 2004, P. 502).

Nota-se que na execução por quantia certa contra devedor solvente, não é escolhido um determinado bem apenas, mas sim qualquer bem que o valor possa suprir a execução e levar ao credor o valor que lhe era devido.

E como todo processo, o de execução por quantia, de acordo com Santos (1970, p. 266), tem início após a provocação do credor (petição inicial), conseqüente convocação do devedor (citação para pagar) e os atos que integram o procedimento em causa “consistem,

especialmente, na apreensão de bens do devedor (penhora), sua transformação em dinheiro mediante desapropriação (arrematação) e entrega do produto ao exequente (pagamento)''.

Essas providências correspondem às fases da *proposição* (petição inicial e citação), da *instrução* (penhora e alienação) e da *entrega do produto* ao credor (pagamento), segundo a clássica divisão do procedimento executivo recomendada por Liebman (19680, p. 49-50).

1.6 Da penhora

Durante a fase de execução, tem-se a nomeação de bens à penhora, que consoante Theodoro Júnior (1994, p. 243), a penhora consiste no ato inicial de expropriação do processo de execução, para individualizar a responsabilidade executória, mediante apreensão material, direta ou indireta, de bens constantes do patrimônio do devedor. Diz-se que é um ato de afetação porque a sua consequência imediata é sujeitar os bens por ela (penhora) alcançados aos fins da execução, colocando-os à disposição do órgão judicial para à custa e mediante sacrifício desses bens, realizar o objetivo da execução, que é dar satisfação ao credor.

Nomear bens à penhora é indicar ao juízo quais bens, integrantes do patrimônio do executado, se pretende que sejam penhorados na execução promovida a este. A faculdade de fazê-lo pertence prioritariamente ao próprio executado, transferindo-se ao exequente caso aquele não a exerça ou a exerça de modo inadequado (DINAMARCO, 2004, p. 513).

Requerida a execução da sentença condenatória ou decorrido o prazo de três dias da citação para o executado efetuar o pagamento da dívida em Ação de Execução Por Quantia Certa Contra Devedor Solvente, cumpre ao juiz, imediatamente, determinar a expedição de mandado de penhora e avaliação dos bens sujeitos à execução.

A penhora é o primeiro ato oficial por meio de que o Estado põe em prática o processo de expropriação executiva. É o primeiro ato executório e coativo do processo de execução por quantia certa.

Em outras palavras, trata-se a penhora da preservação dos bens do devedor que serão submetidos à transferência forçada, para satisfazer a pretensão do credor. É o elemento de que se vale o Estado para fixar a responsabilidade executiva sobre o patrimônio do devedor, de forma individualizada (BERTELLI, 2012, p. 33).

Penhora é o ato pelo qual se especifica o bem que irá responder pela execução. De todos os bens que respondem pelas obrigações do executado (supra, nn. 1527 ss.) um é escolhido e separado dos demais, ficando a partir e então afetado à execução forçada, ou seja, comprometido com uma futura

expropriação a ser feito com o objetivo de satisfazer o direito do exequente, penhorar é, portanto, *predispor determinado bem à futura expropriação no processo executivo* (DINAMARCO, 2004, p.520).

Realizada a penhora, os bens contidos tornam-se indisponíveis para o devedor, o qual não pode aliená-los ou onerá-los eficazmente. A penhora não retira do titular a propriedade do bem, mas torna ineficaz o poder de disposição sobre ele (MARINONI, e ARENHART,2011, p. 258).

A penhora também gera certa preferência legal sobre o produto da venda do bem. Porque é possível a incidência de várias penhoras sobre um mesmo bem, poderá surgir a questão de se saber como se dará o pagamento dos créditos após a sua alienação. Ausente motivo que estabeleça preferência especial, é a penhora que determinará, no concurso de credores sobre o produto da venda do bem, a ordem de satisfação dos créditos (art. 797 do NCPC) (MARINONI e ARENHART, 2011, p. 259).

De acordo com Marinoni (2011, p. 259), decorre ainda da penhora a alteração no regime da posse ostentada em relação ao bem penhorado. Feita a penhora, o bem deve ser depositado em mãos de uma das partes da execução ou em mãos de terceiros, a fim de que seu estado seja preservado para a futura alienação. Este depósito, mesmo quando o depositário seja o devedor – sem, portanto, que haja alteração fática da localização da coisa – implicará modificação na situação da posse do bem.

Quanto aos efeitos, a penhora gera consequências para o credor, devedor e terceiros, segundo Theodoro Júnior. Para o credor, já foi evidenciado que o principal efeito é a individualização dos bens que irão garantir seu crédito, assim como a fruição do direito de preferência conforme a ordem das penhoras, caso ocorra mais de uma sobre o mesmo bem. Já para o devedor, a consequência imediata é a perda da posse direta e da livre disponibilidade dos bens, que ficam à disposição do juízo. O devedor não deixa de ser o proprietário dos bens apreendidos judicialmente. A extinção do direito dominial só ocorre com a expropriação. O que ocorre é somente uma limitação dos poderes de disposição dos bens (2011, p. 276).

Ordinariamente, compete ao oficial de justiça efetivar a penhora, onde quer que se encontrem os bens, inclusive solicitando ao juiz força policial em caso de resistência por parte do devedor ou de terceiros, podendo também, se necessário, promover o arrombamento do local onde presume estarem escondidos os bens. O modo corriqueiro consiste em captar fisicamente o bem, removendo-o quando for o caso (DINAMARCO, 2004, p. 526).

Assim que o processo de conhecimento se encerrar, o executado deve ser citado para pagar o que deve em um prazo de 15 (quinze) dias, conforme estabelece o art. 523 do Novo Código de Processo Civil.

Art. 523. No caso de condenação em quantia certa, ou já fixada em liquidação, e no caso de decisão sobre parcela incontroversa, o cumprimento definitivo da sentença far-se-á a requerimento do exequente, sendo o executado intimado para pagar o débito, no prazo de 15 (quinze) dias, acrescido de custas, se houver (BRASIL, 2016)

Caso o exequente, em sua petição inicial, não indicar possíveis bens à penhora, poderá requerer que o juiz mande intimar o executado para indicar seus bens. Na hipótese do executado ser intimado e o mesmo não indicar bens, ficará sujeito à multa que pode chegar a 20% sobre o valor atualizado de sua dívida, segundo consta no art. 774, inciso V e parágrafo único do Novo Código de Processo Civil.

Art. 774. Considera-se atentatória à dignidade da justiça a conduta comissiva ou omissiva do executado que:

V - intimado, não indica ao juiz quais são e onde estão os bens sujeitos à penhora e os respectivos valores, nem exhibe prova de sua propriedade e, se for o caso, certidão negativa de ônus (BRASIL, 2016).

Quando o executado indicar quais são os bens penhorados, onde se encontram e que valores possuem, observa-se a ordem preferencial criada no art. 835 do NCPC. Esclareça-se que o executado somente conseguirá fugir da ordem legal do artigo citado mediante adequada justificativa a ser analisada pelo juiz.

Segundo Donizetti (2008, p. 633), caso o executado não seja intimado a indicar bens à penhora e, simultaneamente, o exequente não indicou os bens para que fosse realizado tal ato, o oficial de justiça, independentemente de qualquer requerimento, atingirá quantos bens forem necessários para o cumprimento da execução, somando-se ao valor da execução, as custas do processo, os juros, correções e honorários advocatícios.

A penhora será formalizada levando-se em consideração as regras positivadas, e os princípios da celeridade e da economia processual, além de observar a ordem preferencial da penhora disposta no art. 835 do NCPC.

Art. 835. A penhora observará, preferencialmente, a seguinte ordem:

I - dinheiro, em espécie ou em depósito ou aplicação em instituição financeira;

- II - títulos da dívida pública da União, dos Estados e do Distrito Federal com cotação em mercado;
- III - títulos e valores mobiliários com cotação em mercado;
- IV - veículos de via terrestre;
- V - bens imóveis;
- VI - bens móveis em geral;
- VII - semoventes;
- VIII - navios e aeronaves;
- IX - ações e quotas de sociedades simples e empresárias;
- X - percentual do faturamento de empresa devedora;
- XI - pedras e metais preciosos;
- XII - direitos aquisitivos derivados de promessa de compra e venda e de alienação fiduciária em garantia;
- XIII - outros direitos (BRASIL, 2016)

Anteriormente, a indicação de bens era feita pelo executado, cabendo ao exequente impugnar. Contudo com a Lei nº. 11.382/06, surgiu a possibilidade de substituição da penhora.

Atualmente a indicação dos bens incumbe, em um primeiro momento, ao exequente, mas pode ser feita também pelo executado. O artigo 847 do NCPC afirma que “o executado pode, no prazo de 10 (dez) dias contado da intimação da penhora, requerer a substituição do bem penhorado, desde que comprove que lhe será menos onerosa e não trará prejuízo ao exequente”, ou seja, trata-se de uma prerrogativa conferida a ambas as partes.

O NCPC, através dos incisos do artigo 848, elenca sete hipóteses para que alguma das partes, a depender do caso, solicite a substituição da penhora.

Art. 848. As partes poderão requerer a substituição da penhora se:

- I - ela não obedecer à ordem legal;
- II - ela não incidir sobre os bens designados em lei, contrato ou ato judicial para o pagamento;
- III - havendo bens no foro da execução, outros tiverem sido penhorados;
- IV - havendo bens livres, ela tiver recaído sobre bens já penhorados ou objeto de gravame;
- V - ela incidir sobre bens de baixa liquidez;
- VI - fracassar a tentativa de alienação judicial do bem; ou
- VII - o executado não indicar o valor dos bens ou omitir qualquer das indicações previstas em lei (BRASIL, 2016).

Dentre elas podemos destacar a ocorrência da não observância da ordem legal, estampada no inciso I do artigo em comento. Neste caso, a substituição deverá ser admitida somente quando não houver justificativa para o desrespeito da ordem.

Outra proposta que merece destaque é a constante no inciso V do mesmo artigo, o qual afirma que é possível a substituição da penhora quando esta incidir sobre bens de baixa

liquidez. Inviável permitir a constrição sobre um bem que tornará a medida ineficaz. Logo, cabe a parte requerer a substituição do bem penhorado por outro, inclusive se situado em ordem preferencial anterior.

Por fim, o pronunciamento judicial que enfrenta a pretensão substitutiva é de natureza interlocutória, comportando ataque através de agravo de instrumento.

A penhora de dinheiro é a melhor maneira de viabilizar a realização do direito de crédito, visando trazer efetividade às execuções, isto porque, segundo Marinoni (2011, p. 278), “dispensa todo o procedimento destinado a permitir a justa e adequada transformação de bem penhorado – como o imóvel – em dinheiro, eliminando a demora e o custo de atos como a avaliação e a alienação do bem a terceiro”.

Também conhecido como "penhora on line", trata-se de sistema informático desenvolvido pelo Banco Central que permite aos juízes solicitar informações sobre movimentação dos clientes das instituições financeiras e determinar o bloqueio de contas-correntes ou qualquer conta de investimento. O sistema está disponível a todos os ramos do Poder Judiciário, mediante convênio assinado entre o Banco Central e os tribunais superiores, ao qual aderiram os tribunais regionais e estaduais (FILHO, 2012).

O diferencial que se faz presente na penhora *on-line* está contido no princípio da celeridade processual, uma vez que estimula o rápido andamento do processo de execução satisfazendo a sua efetividade.

A realização de ordens de bloqueio pela via do sistema *Bacen-Jud* não somente elimina o uso de papel e do correio tradicional, gerando economia de tempo e racionalização dos serviços de comunicação entre o Judiciário e as entidades integrantes do sistema Financeiro Nacional. Ele confere mais eficácia às ordens judiciais de bloqueio de contas bancárias, na medida em que fica mais difícil de o devedor prever quando terá sua conta bloqueada. Pelo sistema de envio das requisições via correio, a ordem (o ofício) circula por várias repartições, desde a saída do cartório, passando por departamentos do Banco Central, até a chegada nas mãos do gerente da agência bancária (FILHO, 2012).

Por meio da penhora *on-line* é possível investigar todos os patrimônios ou os ativos existentes em nome do devedor, que, posteriormente, por ordem judicial, se realiza a penhora através dos meios eletrônicos autorizados aos tribunais de justiça.

A penhora *on-line*, também conhecida por penhora eletrônica, tem sido um instrumento muito útil para se atingir os bens do devedor. Sua aplicabilidade não deixa de oferecer ao

executado seus meios legais de defesa, os quais são embargos a execução ou, se decorrido o prazo, petição simples.

É, portanto, um meio eficiente que garante a rapidez da penhora sem precisar da colaboração por parte do executado, e ainda representa uma forma de se evitar eventuais fraudes à execução, haja vista que, por ser um procedimento célere dificulta a parte devedora de retirar o dinheiro ou providenciar o desfazimento do bem em tempo hábil, de acordo com Gonçalves (2011, p. 154).

CAPÍTULO II – DA MARCA

2.1 Definição de marca

Segundo Mazzafera (2007, p. 57), é considerada marca de produto ou serviço “aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa” (artigo 123, inciso I, da Lei nº. 9.279, de 14.5.1996, Código de Propriedade Industrial).

É o sinal ou expressão destinado a individualizar os produtos ou serviços de uma sociedade ou firma individual, identificando-os.

Segundo Paes (1940, p. 83), marca é qualquer sinal distintivo visual, nominal ou figurativo, que identifica um produto, mercadoria ou serviço.

Rocha Filho (1994, p. 191) disserta que marca “é um sinal ou um nome de produto, mercadoria ou de serviço”.

Segundo Clésio Gabriel Di Blasi Júnior et al (1998, p. 162), a marca é o meio eficaz para a constituição de uma clientela, representando para o consumidor uma orientação para a compra de um bem, levando em conta fatores de proveniência ou notórias condições de boa qualidade e desempenho.

Atua como um veículo de divulgação, formando nas pessoas o hábito de utilizar determinados serviços, consumir determinado bem, induzindo preferências por meio do estímulo ocasionado por uma denominação, palavra, emblema, figura, símbolo ou outro sinal distintivo.

Como se depreende, a marca é, efetivamente, o agente individualizador de um produto, de uma mercadoria ou de um serviço, proporcionando à clientela, parceiros e fornecedores uma garantia de identificação daquilo que se utiliza.

Como patrimônio, a marca é um bem intangível, imaterial, suscetível de apreciação econômica, compondo o ativo da empresa, fazendo parte de seu fundo de comércio, a exemplo dos créditos, patentes, direitos autorais, dentre outros. Por essa razão, em regra, a marca pode ser penhorada, pois corresponde a um bem incorpóreo, sujeito a apreciação econômica.

Ressalta-se que não há no ordenamento vedação a sua penhora, sendo tratada como qualquer outro bem penhorável, sujeita à constrição judicial para fins de satisfação de crédito, pois se trata de bem incorpóreo que pertence ao estabelecimento empresarial.

Importante destacar que marca é diferente do nome empresarial. Este identifica o empresário, seja pessoa física ou jurídica, protegido por meio da inscrição na Junta Comercial, de abrangência estadual e por prazo indeterminado. Aquela identifica direta ou indiretamente, produtos ou serviços do empresário, decorrendo sua proteção do registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, possuindo proteção no âmbito nacional, vigorando por prazo determinado de 10 anos, podendo ser renovado.

2.2 Classificação das marcas

Segundo Negrão (2011, p. 169), as marcas podem ser classificadas segundo sua aplicação, finalidade, forma e conhecimento comum. Vejamos:

2.2.1 Classificação quanto a sua aplicação

Neste caso, a distinção se faz pela atividade de seu titular, podendo constituir-se em marca de produto ou serviço, marca de certificação e marca coletiva, conforme terminologia do Código de Propriedade Industrial de 1996 (Lei nº. 9.279, de 14 de Maio de 1996).

a) Marca de produto ou de serviço: é aquela usada para distinguir produto ou serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa, prevista no artigo 123, inciso I, da Lei de Propriedade Industrial.

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa; (BRASIL, 1996)

Figura 1- Exemplos de marca de produto ou serviço



Fontes: Sites Wikiwand e Itaú



Fonte: Site Mundo das Marcas

b) Marca de certificação: é aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada, inserida no art. 123, inciso II, da Lei de Propriedade Industrial.

Art. 123. Para efeitos desta lei, considera-se:

II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada; (BRASIL, 1996).

O principal objetivo da marca de certificação é informar ao público que o produto ou serviço distinguido pela marca está de acordo com as normas ou padrões técnicos específicos.

Contudo, a marca de certificação antes de ser inserida pela Lei nº 9.279/96 já era prevista em nível regulamentar na área de normalização e qualidade industrial, inclusive como prática do setor privado.

Figura 2 – Exemplos de marca de certificação



Fonte: Site Registre Marcas

c) Marca coletiva: é aquela destinada a identificar e distinguir, no mercado, produto ou serviço proveniente de membros de uma pessoa jurídica representativa de uma coletividade, de outros produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa art. 123, inciso III, da Lei de Propriedade Industrial

O principal objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade.

Art.123. Para efeitos desta lei, considera-se:

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (BRASIL, 1996).

Figura 3 – Exemplos de marca coletiva



Fontes: Sites LES-Brasil e Acimafra

Das categorias acima citadas, segundo Coelho (2011, p. 158), a Marca de Produtos e Serviços tem haver com a identificação direta da marca, pois “o sinal está relacionado especificamente ao produto e serviço”, já as Marcas de Certificação e Marca Coletiva, são consideradas identificações indiretas, de acordo com COELHO, (2011, p. 158):

(...), pois possuem o traço comum de transmitirem ao consumidor a informação de que o produto ou serviço possui uma qualidade destacada, seja porque o empresário que os fornece participa de uma conceituada associação empresarial (a marca coletiva), seja porque foram atendidos determinados padrões de qualidade (a marca de certificação).

Portanto, podemos diferenciar a Marca de Produtos e Serviços das Marcas de Certificação e Coletiva de acordo com a sua identificação, podendo ser ela direta ou indireta.

2.2.2 Classificação quanto à finalidade

Em relação à finalidade, as marcas podem ser classificadas como singulares ou gerais, atribuindo-se às primeiras um só objeto, e às segundas vários objetos.

a) Marca específica ou singular: destinada a assinalar um só objeto.

b) Marca genérica ou geral: identifica a origem de uma série de produtos ou artigos, que por sua vez são, individualmente, caracterizados por marcas específicas. Somente pode ser usada quando acompanhada de marca específica (Negrão, 2011, p.170).

2.2.3 Classificação quanto à forma

Quanto à forma, o critério utilizado se desloca para os elementos visuais que constituem a marca, agrupando-os em puramente nominativos (ou verbais), puramente figurativos (ou emblemáticos), mistos, com ambos os anteriores, e, finalmente, os de visualização tridimensional.

a) Verbal ou nominativa: de acordo com Mazzafera (2007, p. 57), tem-se a forma nominativa da marca quando esta é representada por denominações, vocábulo, palavra, combinação de letras, com caracteres gravados em maiúsculo.

Segundo Requião (2011, p. 301), essas palavras ou expressões podem ser de fantasia, formuladas de forma pessoal, ou constar de denominações necessárias, como firma ou denominação empresarial, ou nome de pessoa, do titular ou de terceiros mediante autorização expressa.

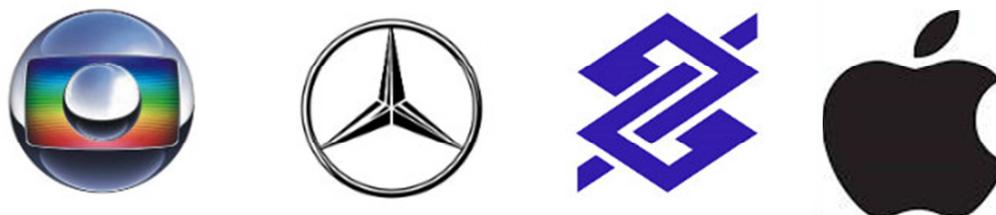
Alguns exemplos de marca nominativa são: Apple, Nike, Chrome, Nestlé.

b) Emblemática ou figurativa: é constituída por uma imagem, símbolo ou figura, ou seja, nesse caso, diferente da marca nominativa, essa marca não possui palavras.

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial ainda completa dizendo que a marca figurativa pode ser:

Figurativa - constituída por desenho, imagem, ideograma, forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo, e palavras compostas por letras de alfabetos como hebraico, cirílico, árabe, etc..(CGCOM, 2015).

Figura 4 – Exemplos de marca emblemática ou figurativa



Fontes: Sites INPI e Apple

c) Mista: segundo Mazzafera (2007, p. 58), trata-se da combinação da forma nominativa e figurativa ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresente sob forma fantasiosa ou estilizada.

Figura 5 – Exemplos de marca mista



Fonte: Site INPI

d) Tridimensional: apresentada nas várias dimensões visuais, com desenhos em vista frontal, lateral, superior, inferior, ou em algumas delas e em perspectiva.

Segundo o INPI, “Marca tridimensional é o sinal constituído pela forma plástica distintiva do produto ou do seu acondicionamento ou da sua embalagem, cuja forma distintiva de produto ou serviço deverá estar dissociada do efeito técnico.”.

Quando usado o termo “forma plástica”, trata-se do formato, da configuração ou da conformação física do produto ou da embalagem, conforme esclarecido pelo INPI (CGCOM, 2015).

Figura 6 – Exemplos de marca tridimensional



Fonte: Site Toledo Côrrea

Vale ressaltar que a proteção das marcas tridimensionais é de suma importância, pois a embalagem do produto é um dos fatores que mais chama a atenção do consumidor, podendo induzi-lo ao erro se houver uma embalagem igual, porém de marca diferente, fazendo com que o consumidor adquira um produto da concorrência (DE SOUZA, 2014, p.41).

2.2.4 Classificação quanto ao conhecimento comum

Em relação ao conhecimento comum, as marcas podem ser divididas em notórias e de alto renome. Embora compartilhem da qualidade de gozarem de grande popularidade entre os consumidores, as marcas de alto renome e as notórias se diferenciam em relação à fonte legislativa e à extensão de sua proteção. (Negrão, 2011, p. 170).

a) Noções:

Marcas de alto renome	Marcas notórias
São as marcas grandemente conhecidas no Brasil, em toda a sua extensão territorial, e têm proteção especial em todos os ramos de atividade; trata-se de inovação brasileira prevista no art. 125 do Código de Propriedade Industrial.	São as notoriamente conhecidas em seu ramo de atividade e estão previstas na Convenção da União de Paris, no artigo 6 <i>bis</i> , inciso I, e reguladas pelo art. 126 do Código de Propriedade Industrial. Gozam de proteção especial, independentemente de estarem previamente depositadas ou registradas no Brasil.

b) Diferenciações, segundo Negrão, 2011, p. 171:

Marcas de alto renome	Marcas notórias
<ul style="list-style-type: none"> • Extensão territorial: proteção no território nacional; • Extensão de aplicação: em todos os ramos da atividade; • Fonte legislativa: art. 125 do CPI; • Registro no Brasil: indispensável para 	<ul style="list-style-type: none"> • Extensão territorial: proteção nos territórios dos países signatários da CUP; • Extensão de aplicação: proteção, tão somente, em relação a produtos idênticos e similares;

a proteção.	<ul style="list-style-type: none"> • Fonte legislativa: art. 6º <i>bis</i> da CUP e art. 126 do CPI; • Registro no Brasil: dispensável para a proteção.
-------------	---

2.3 A função da marca

Ao ser conceituada como sinal distintivo, a marca deixa muito claro qual é a sua função fundamental: a de distinguir o produto ou o serviço no qual é aplicada. Ante dessa característica, deve o sinal ter a peculiaridade de permitir a perfeita individualização do bem independentemente da origem do mesmo.

Nesse sentido, João da Gama Cerqueira dispõe:

As marcas individualizam o produto, identifica-o, distingue-o dos outros similares, não pela sua origem, mas pelo próprio emblema ou pela denominação que a constitui. É, pois, sinal de identificação, cuja função econômica é importantíssima. Mesmo no caso de marcas gerais, aplicáveis a todos os produtos e artigos de um estabelecimento fabril ou comercial, verifica-se o fato que assinalamos. Entre os produtos do mesmo gênero, assinalados com marcas diferentes, o consumidor pode adquirir com segurança o que prefere, guiando-se exclusivamente pela marca de sua confiança (1946, p. 384).

2.4 Natureza jurídica da marca

Para que seja possível a compreensão da natureza jurídica da marca, é necessário que sejam analisadas quatro teorias que discorrem sobre o progresso do pensamento jurídico em torno da natureza específica do direito que a marca representa (NEGRÃO, 2011, p. 172).

Segundo Negrão (2011, p.172-173) apud Gonçalves (2000, p. 57-60), a primeira teoria é:

a) O direito de marca como direito sobre bens imateriais: tal teoria basicamente diz que a procedência do direito do inventor, do criador da marca ou autor do desenho industrial, irá incidir sobre a criação, fazendo então com que o objeto de proteção do direito que foi anteriormente criado seja a própria criação.

Segundo Negrão (2011, p. 173 apud CERQUEIRA, 1982, p. 109):

(...) a criação de um bem imaterial, portanto, confere sobre esse bem um direito que se manifesta principalmente na possibilidade de dispor dele de

modo mais completo. O bem imaterial é, pois, o objeto do direito. Mas, pela sua natureza imaterial, não pode constituir objeto de propriedade, tomada esta palavra em seu sentido jurídico. Daí a necessidade de criar-se uma nova categoria de direitos, que vem a ser a dos direitos sobre bens imateriais ou direito imaterial, expressões, ambas, criadas por Kohler.

b) O direito da marca identificado com o direito intelectual: nesta teoria o objeto, no caso de procedência intelectual, irá motivar a criação de uma nova categoria, a categoria dos bens intelectuais.

c) O direito de marca assumindo o direito de clientela: na presente teoria, basicamente, marca é quem exerce a função protetora da clientela.

d) O direito de marca ajustado ao direito de monopólio: no presente caso, a teoria se concentra no efeito negativo do direito de Monopólio, que seria, por exemplo, a proibição de que outras pessoas possam explorar aquilo que é seu.

Encerrada a explicação das teorias, Negrão (2011, p. 174), adota a ideia de que o direito de marca se trata de bens imateriais que integram o estabelecimento empresarial.

A definição da natureza jurídica da marca gera grande controvérsia entre os doutrinadores, porém a maioria entende como sendo bem imaterial.

2.5 Registro das marcas – Requisitos

A marca, uma vez registrada, torna-se um patrimônio do comércio, da indústria ou de empresas de serviços. O registro da marca prevalecerá pelo prazo de 10 (dez) anos da data da sua concessão, prorrogável por períodos iguais e sucessivos, conforme Mazzafera (2007, p. 60).

Primeiramente, veremos quem pode requerer o registro da marca. De acordo com o art. 128 da Lei de Propriedade Industrial, o registro da marca poderá ser requerido por pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado. Vejamos:

Art. 128 Podem requerer registro de marca as pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou de direito privado.

§ 1º As pessoas de direito privado só podem requerer registro de marca relativo à atividade que exerçam efetiva e licitamente, de modo direto ou através de empresas que controlem direta ou indiretamente, declarando, no próprio requerimento, esta condição, sob as penas da lei.

§ 2º O registro de marca coletiva só poderá ser requerido por pessoa jurídica representativa de coletividade, a qual poderá exercer atividade distinta da de seus membros.

§ 3º O registro da marca de certificação só poderá ser requerido por pessoa sem interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço atestado.

§ 4º A reivindicação de propriedade não isenta o pedido de aplicação dos dispositivos constantes deste Título. (BRASIL, 1996)

Agora, após esclarecer quem pode requerer o registro da marca, analisaremos os requisitos para o registro da mesma, lembrando que para o registro da marca, o pedido deverá ser encaminhado ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). São os requisitos:

a) Originalidade

De acordo com Requião (2011, p. 295), significa a originalidade que a marca deve ser essencialmente idônea e capaz de individualizar os produtos de uma determinada empresa. Não deve, em outras palavras, representar ou reproduzir denominações, nome, sinal genérico e indicação descritiva de uso comum.

b) Novidade

Além de original, a marca deve ser formada de elementos inconfundíveis de outras, já apropriadas. Não pode, segundo o art. 122 c/c o art. 124, XXIII, da Lei nº. 9.279/1996, apresentar colidências com registro já existente, devendo ser *nova*.

No conceito legal, para se obter o registro da marca, ela não deve apresentar anterioridades, mas ser diferente de qualquer outra já anteriormente criada e registrada, na mesma classe, ou seja, para a marca ser registrada ela deve ser nova e não colidir com outros registros.

Para uma melhor compreensão, vejamos o exemplo citado por Coelho (2011, p. 175):

Se o fabricante de móveis de escritório adota para seus produtos a marca *triângulo*, ele poderá obter a proteção do direito industrial, apesar de a expressão não ter sido criada por ele. Aliás, triângulo é figura geométrica estudada desde a Antiguidade, que todos conhecem nos primeiros anos de escola. O que é novo, na decisão do fabricante, é chamar móveis de *triângulo*. A ninguém antes dele pode ter ocorrido semelhante ideia. Em outros termos, o uso emprestado à expressão linguística (ou ao signo não linguístico) é que deve se revestir de novidade, para que a marca possa ser registrada.

c) Licitude

Consoante Mazzafera (2007, p. 60), a marca deve obedecer aos preceitos da lei como, por exemplo, os preceitos morais (art. 124 da Lei nº. 9.279/1996 – Dos sinais não registráveis como marca).

O art. 124 da lei supra citada, em seu inciso III, proíbe o registro de marcas que contenham expressões, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons

costumes ou que ofendem a honra ou imagem de pessoas ou atentem contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimentos dignos de respeito.

Além desses requisitos (originalidade, novidade e licitude), de acordo com Requião (2011, p. 294), podemos incluir o requisito *veracidade*, que a lei exige para determinadas marcas e em determinadas circunstâncias (por exemplo, art. 124, V, X, XI, da Lei nº. 9.279/1996).

A veracidade constitui um elemento contínuo da licitude.

A marca deve ser honesta, não contendo palavra, figura ou sinais com indicações que não sejam verdadeiras sobre a origem ou sobre a qualidade das mercadorias e dos produtos, ou ainda que induzam a engano na escolha da coisa assinalada.

CAPÍTULO III – A EFETIVIDADE DA PENHORA DA MARCA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

3.1 Da distinção entre marca empresarial e nome empresarial

Primeiramente convém mencionar o conceito de marca empresarial, vez que muitas vezes acontece a confusão entre marca empresarial e nome empresarial.

Segundo Irena Carneiro Martins e Marta da Cunha:

(...) marca é um nome ou expressão que distingue produto ou serviço de uma determinada pessoa ou empresa de outros produtos ou serviços idênticos ou semelhantes. São exemplo de marcas: Coca-Cola e Pepsi. Ambas são marcas de refrigerantes de cola, mas designam fabricantes diferentes. Para desfrutar da proteção em todo o território nacional, a marca precisa ser registrada através de processo perante o INPI (2011).

Ou seja, a marca irá diferenciar um produto ou serviço do outro, para que assim, não haja confusões com empresas ou determinada pessoa.

Por outro lado, nome empresarial, termo muitas vezes confundido com marca empresarial, nada mais é, segundo Irena Martins e Marta da Cunha, que:

Já o nome empresarial é a firma ou denominação social adotada para o exercício da empresa, através do qual a pessoa jurídica existe, adquire direitos, contrata etc. Seu registro é simultâneo ao do contrato social, perante a Junta Comercial do Estado em que estiver sediada a sociedade e onde esta tiver filiais e, por conta disso, sua proteção tem validade nos limites dos Estados em que estiver registrada, podendo ser estendida a todo território nacional mediante arquivamento dos atos constitutivos da empresa nas juntas comerciais dos demais estados. São exemplos de nome empresarial MS Comércio de Roupas Ltda. e Natureza Viva Artigos Esportivos S.A (2011).

Sendo assim, muito se assemelham e são confundidos, entretanto, tratam-se de institutos diferentes e que possuem função diferente.

Para Juana Melo Pimental (2008), são quatro as distinções entre marca empresarial e nome empresarial, sendo a primeira em relação ao órgão em que estão registradas, sendo que o nome empresarial (Leis 10.406/02 e 8.934/94) deriva da inscrição da firma individual ou do arquivamento do ato constitutivo da sociedade na Junta Comercial, e a marca empresarial (Lei 9279/96, alterada pela Lei 10.196/91) o registro é feito no INPI. Já a segunda distinção é quanto a proteção da Junta Comercial, o nome se exaure nos limites do Estado a que pertence, enquanto a marca os efeitos do registro são nacionais. A terceira diferença é

quanto ao âmbito material da tutela, o nome é protegido independentemente do ramo de atividade econômica a que se dedica seu proprietário, e a marca tem sua proteção restrita à classe dos produtos ou serviços em que se encontra registrada no INPI. E a quarta distinção relaciona-se ao prazo de duração da proteção, pois o nome empresarial vigora por prazo indeterminado, já a marca tem o direito de utilização exclusiva extinto em 10 anos, caso não tenha sido solicitada pelo interessado a prorrogação (Juana Melo Pimentel, 2008).

Portanto, nota-se claramente que muito embora sejam institutos confundidos, são na verdade bem diferentes, visto que, suas funções e suas características são distintas, e a sociedade empresarial pode utilizá-los, observando-se determinadas situações e possibilidades.

3.2 Da avaliação da marca

De acordo com Tavares (2008, p. 10), a marca, como sinal de identificação de produtos ou serviços de uma empresa, pode ser considerada tão antiga quanto à própria civilização, e a importância de sua avaliação teve início na década de 1980. Apesar de ser agregada com maior intensidade ao mercado de bens de consumo, a marca também possui significado para outros setores e atividades, como por exemplo, serviços, indústrias, varejo, pessoas, personagens, eventos, clubes e competições. Em qualquer dessas situações, o valor da marca emana da qualidade das relações que constitui com os seus respectivos mercados alvos e com os demais parceiros comerciais, como distribuidor, por exemplo, entre outros.

Segundo Brito (2013, p. 6), a avaliação econômica da marca reflete diretamente em aspectos relevantes para os empresários e para os seus sócios, especialmente em seu balanço patrimonial sob a ótica comercial, visto que, por ser a marca um ativo da empresa, interfere diretamente no balanço anual, podendo influenciar na distribuição dos lucros e na apuração de haveres pagos ao sócio, na liquidação das quotas, quando de sua saída da sociedade, em casos de recesso, expulsão ou pelo pagamento aos herdeiros, quando do falecimento do sócio e, ainda, nas hipóteses de fusão, cisão e incorporação de sociedades.

Desta maneira, a avaliação da marca em negócios de compra e venda de empresa, fusões, incorporações, cisões etc., é uma operação difícil, e necessita a observação de diversos elementos, como financeiros, mercadológicos e contábeis. O valor da marca se dá pela consonância dos critérios financeiros e de mercado.

Nesse sentido, Tavares (2008, p. 387-417) dispõe:

(..) que não existe um consenso a respeito da mensuração financeira da marca, pois se têm desenvolvido formas diferenciadas de avaliá-la, sendo que os critérios variam segundo os países, tipos e portes de organizações, setores, ambientes competitivos e, ainda conjuntura econômica, envolvendo dimensões tangíveis referentes às características e atributos do produto, serviço ou empresa e intangível referente a seus benefícios e associações.

De tal modo, o autor explica que o valor da marca deriva de uma infinidade de motivos, como por exemplo, a situação da empresa no mercado e suas forças competitivas, que incluem sua posição no mercado, a atratividade e grau de concentração e crescimento da marca, além das possibilidades de entrada ou saída concorrentes ou substitutos no mercado.

Ainda, segundo Tavares:

O valor da marca assenta-se em dois componentes inter-relacionados e multidimensionais: força e valorização da marca. A força decorre das atividades mercadológicas e pode ser abordada segundo as variáveis clássicas do *marketing*: produto, preço, distribuição e promoção. Corresponde a seu significado na mente do consumidor. A sua valorização apoia-se nessa força, mas corresponde a sua mensuração financeira. A mensuração financeira da marca, com base em seu registro contábil, pode trazer uma contribuição: a sua valorização como um ativo separado dos outros ativos da empresa (2008, p.388).

De acordo com Brito (2013, p. 7), existem diversas técnicas de se avaliar a marca, dentre as quais: o *brand equity*, que se fundamenta em um conjunto de ativos e de passivos ligados a uma marca, ao seu nome e símbolo, que se adicionam ou se subtraem ao valor simétrico por um produto ou serviço, tendo como influência a lealdade à marca, notoriedade, a qualidade percebida e a associações à marca pelos consumidores; a técnica da liberação dos *royalties* em que o valor é determinado levando em consideração o eventual preço que outras empresas pagariam para utilizar a marca, em caso de licenciamento; a técnica da avaliação fundamentada em custos, em que o valor é determinado pelo custo de criação e recriação da marca; e a técnica do valor presente do fluxo de caixa descontado, em que o valor é obtido pela identificação direta dos lucros projetados derivados da marca e cálculo do valor presente líquido do fluxo de caixa decorrente.

Portanto, nota-se que a forma de avaliação da marca é uma atividade bem complexa, a qual requer a atuação de profissionais especializados, tendo em vista que não se resume em uma simples análise contábil ou econômica de patrimônio.

3.3 As 50 marcas mais valiosas do mundo no ano de 2016

De acordo com a revista norte-americana de negócios e economia FORBES, as empresas de tecnologia estão dominando o mundo. Enquanto, há dez anos, montadoras e bancos ocupavam a parte de cima da pirâmide entre as marcas mais valiosas do planeta, em 2016, metade do Top 5 é de tecnologia. Quando abrange para os 100 nomes, 17 são do setor. (2016)

A Apple é, pelo sexto ano seguido, a marca mais valiosa do planeta. Nem os resultados abaixo do esperado no primeiro trimestre deste ano abaixaram a bola da gigante norte-americana. Avaliada em US\$ 154,1 bilhões, a produtora do iPhone vale 87% que a segunda colocada: ninguém menos que o Google.

Para criar a lista, FORBES acompanha mais de 200 marcas globais que tenham presença nos Estados Unidos. Nenhuma brasileira entrou para a lista neste ano, mas, das 100, apenas 18 não operam no Brasil.

Vejamos a lista das 50 marcas mais valiosas do mundo em 2016:

- 1° Apple – Valor: US\$154,1 bilhões / Setor: tecnologia.
- 2° Google – Valor: US\$82,5 bilhões / Setor: tecnologia.
- 3° Microsoft – Valor: US\$75,2 bilhões / Setor: tecnologia.
- 4° Coca-Cola – Valor: US\$58,5 bilhões / Setor: bebidas.
- 5° Facebook – Valor: US\$52,6 bilhões / Setor: tecnologia.
- 6° Toyota – Valor: US\$42,1 bilhões / Setor: automotivo.
- 7° IBM – Valor: US\$41,4 bilhões / Setor: tecnologia.
- 8° Disney – Valor: US\$39,5 bilhões / Setor: entretenimento.
- 9° Mc Donald's – Valor: US\$39,1 bilhões / Setor: alimentação.
- 10° General Electrics – Valor: US\$36,7 bilhões / Setor: diversos.
- 11° Samsung – Valor: US\$36,1 bilhões / Setor: tecnologia.
- 12° Amazon – Valor: US\$35,2 bilhões / Setor: tecnologia.
- 13° AT&T – Valor: US\$32,6 bilhões / Setor: telecomunicação.
- 14° BMW – Valor: US\$28,8 bilhões / Setor: automotivo.
- 15° Cisco – Valor: US\$28,4 bilhões / Setor: tecnologia.
- 16° Oracle – Valor: US\$28 bilhões / Setor: tecnologia.
- 17° Intel – Valor: US\$27,7 bilhões / Setor: tecnologia.
- 18° Nike – Valor: US\$27,5 bilhões / Setor: vestuário.
- 19° Louis Vuitton – Valor: US\$27,3 bilhões / Setor: moda e luxo.
- 20° Mercedes-Benz – Valor: US\$26 bilhões / Setor: automotivo.

- 21° Verizon – Valor: US\$25,8 bilhões / Setor: telecomunicação.
- 22° Walmart – Valor: US\$25,4 bilhões / Setor: varejo.
- 23° Honda – Valor: US\$25,2 bilhões / Setor: automotivo.
- 24° American Express – Valor: US\$24,3 bilhões / Setor: serviços financeiros.
- 25° Budweiser – Valor: US\$23,4 bilhões / Setor: bebidas.
- 26° Marlboro – Valor: US\$21,9 bilhões / Setor: tabaco.
- 27° SAP – Valor: US\$21,6 bilhões / Setor: tecnologia.
- 28° Gillette – Valor: US\$20,2 bilhões / Setor: higiene pessoal.
- 29° Pepsi – Valor: US\$19,4 bilhões / Setor: bebidas.
- 30° Visa – Valor: US\$19,2 bilhões / Setor: serviços financeiros.
- 31° ESPN – Valor: US\$16,9 bilhões / Setor: mídia.
- 32° Nescafé – Valor: US\$16,3 bilhões / Setor: bebidas.
- 33° H&M – Valor: US\$15,9 bilhões / Setor: varejo.
- 34° L'Oréal – Valor: US\$14,6 bilhões / Setor: beleza.
- 35° Ford – Valor: US\$14,1 bilhões / Setor: automotivo.
- 36° Audi – Valor: US\$14 bilhões / Setor: automotivo.
- 37° HSBC – Valor: US\$14 bilhões / Setor: bancário.
- 38° HP – Valor: US\$13,8 bilhões / Setor: tecnologia.
- 39° Home Depot – Valor: US\$13,6 bilhões / Setor: varejo.
- 40° Frito-Lay – Valor: US\$13,6 bilhões / Setor: alimentação.
- 41° UPS – Valor: US\$13 bilhões / Setor: transporte.
- 42° Accenture – Valor: US\$13 bilhões / Setor: consultoria.
- 43° Wells Fargo – Valor: US\$13 bilhões / Setor: bancário.
- 44° Gucci – Valor: US\$12 bilhões / Setor: moda e luxo.
- 45° Starbucks – Valor: US\$11,9 bilhões / Setor: alimentação.
- 46° IKEA – Valor: US\$11,9 bilhões / Setor: varejo.
- 47° CVS – Valor: US\$11,8 bilhões / Setor: varejo.
- 48° Hermès – Valor: US\$11,7 bilhões / Setor: moda e luxo.
- 49° Nestlé – Valor: US\$11,6 bilhões / Setor: alimentação.
- 50° Pampers – Valor US\$11,5 bilhões / Setor: higiene pessoal.

Posto isto, nota-se através desta tabela o quão valiosa uma marca pode ser e quão alto pode chegar o seu valor. Sem a avaliação da marca, o valor negociado pode estar muito

abaixo ou acima do valor real e causar grandes prejuízos para o vendedor ou para o comprador.

3.4 Da penhora da marca

De acordo com Brito (2013, p. 3), a marca é um bem móvel incorpóreo que integra o estabelecimento empresarial e de valor economicamente mensurável, não havendo, portanto, impedimento legal quanto sua penhora, não compondo a classe dos bens tidos por impenhoráveis.

Entretanto, a marca constitui uns dos fundamentais elementos do patrimônio da empresa, tendo em conta que identifica seus produtos ou serviços e, por essa razão, é considerada um bem *sui generis*, que mereceu do legislador proteção especial tanto no âmbito Constitucional como infraconstitucional. Vejamos:

Em seu art. 5º, inciso XXIX, a Constituição Federal dispõe que:

Art. 5ª. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXIX – a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País. (BRASIL, 1988)

No plano infraconstitucional, ao longo do desenvolvimento do direito comercial, as leis protegeram os inventos e, atualmente, a titularidade dos produtos decorrentes do pensamento e do engenho humano é protegida: pelos direitos autorais – regulado pela Lei 9.610/1998; pela propriedade industrial – Lei 9.279/1996, sendo este o direito de titularidade e exploração de modelos de invenção e de utilidade patenteados, além de desenhos industriais e marcas registradas.

Por esse motivo, o simples fato de a marca fazer parte do estabelecimento empresarial não a torna penhorável como um simples bem móvel, como os elencados no art. 835 do Novo Código de Processo Civil, o qual estabelece a ordem de preferência da penhora.

Como já visto anteriormente, como regra geral, a finalidade do processo de execução é a satisfação do crédito do exequente, conciliando o princípio da menor onerosidade ao devedor e o princípio de que a execução se faz no interesse do credor.

Consoante Brito (2013, p. 4), com a realização da penhora da marca, surge nítido conflito, uma vez que o credor tem o direito de ter seu crédito liquidado por meio da penhora, e por outro lado, o devedor que invoca o princípio da menor onerosidade para evitar a constrição judicial do bem que possa inviabilizar as suas atividades.

Segue abaixo, consideração do Relator, em decisão perante o TRT1:

PENHORA SOBRE A MARCA EMPRESARIAL. Apesar da marca fazer parte dos bens incorpóreos da empresa, sendo apenas excepcionalmente cabível a sua penhora, no caso dos autos está presente a situação excepcional, tendo em vista o tempo transcorrido desde a homologação dos cálculos e as tentativas infrutíferas já perpetradas. (TRT-1 - AGVPET: 1067006120025010071 RJ, Relator: Leonardo Pacheco, Data de Julgamento: 11/06/2013, Quinta Turma, Data de Publicação: 27-06-2013).

Aliando esse conflito, é possível verificar que a existência da penhora de marca, em face da magnitude deste patrimônio na atividade empresarial, deve ser vista e executada como uma medida extraordinária e deferida na hipótese de inexistência de outros bens passíveis de penhora.

Se a empresa que está sendo executada não indica bens ou valores passíveis de constrição, a penhora da marca acaba sendo o único meio de obter o pagamento da dívida pendente. Por isso, não se pode falar em desobediência à ordem de preferência prevista no artigo 655, do Código de Processo Civil (MARTINS, 2015).

Dessa forma, não é possível impedir a penhora da marca por hipotética desobediência à gradação legal, uma vez que esta é relativa, mas é necessário atender aos princípios que regem a execução, especialmente o princípio da menor onerosidade ao devedor, o qual determina que a execução deva ocorrer da forma menos gravosa ao devedor, ou seja, ainda que a penhora incida sobre a marca, tendo em vista que faz parte do estabelecimento comercial e possua valor econômico, não tem como afastar o caráter excepcional da medida.

Jomar Martins, (2015) relata que a penhora da marca de uma empresa enquadra-se na categoria “outros direitos”, constante dos incisos VIII da Lei 6.830/80 (que regula a cobrança judicial de dívida ativa da Fazenda Pública) e X do artigo 655 do CPC/73 (inciso XIII do artigo 835 do Novo Código de Processo Civil).

A marca, quando está agregada aos produtos ou serviços que uma empresa oferece, integra parte fundamental de seu patrimônio, sendo claro que a impossibilidade de usá-la diante da expropriação poderá impossibilitar a continuidade de suas atividades, visto que a referência que o consumidor tem da marca, passará a ser de propriedade de outro.

E não há falar em inobservância da ordem legal imposta pelo referido artigo, porquanto, como já ressaltado, não foi apresentado qualquer outro bem penhorável. Da mesma forma, não se está negando vigência ao art.620 do CPC, que se refere ao princípio da menor onerosidade da execução, pois tal pressupõe a existência de, ao menos, dois meios executórios capazes de satisfazer o crédito do exequente, a fim de que sejam cotejados com o intuito de definir qual aquele que representa devido proveito ao credor, sem implicar excessiva onerosidade ao devedor. (TJ-RS – AGVINST: nº 70061061768 RS, Relator: Orlando Heemann Júnior, Data de Julgamento: 18/12/2014, Décima Quarta Câmara Cível, Data de Publicação: 18-12-2014).

Portanto, de acordo com Brito (2013, p.5) é necessário, antes de realizar a penhora da marca de uma empresa, analisar a existência de outros bens passíveis de penhora, até mesmo valores depositados em instituições financeiras, necessitando, por cautela e razoabilidade, buscar todas as alternativas possíveis antes de se decretá-la.

3.5 Da possibilidade da penhora da marca

De acordo com Hinsching (2010) é incontestável a realidade de que a penhora é um procedimento de constrição de um bem para a satisfação do credor. Falta compreender se a marca, como bem imaterial constituinte da propriedade industrial, pode ser objeto de constrição judicial com o objetivo de satisfazer um crédito exequível ou não. Sobre esse assunto, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul vem consolidando o seguinte entendimento:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. CUMPRIMENTO DE SENTENÇA. PENHORA DE MARCA DE PESSOA JURÍDICA. POSSIBILIDADE. AUSÊNCIA DE DESRESPEITO À GRADAÇÃO LEGAL, PORQUANTO RESPEITADOS OS PRINCÍPIOS DA EFETIVIDADE DA EXECUÇÃO E DA MENOR ONEROSIDADE AO EXECUTADO. (TJRS. Agravo de Instrumento n. 70030258990, Relatora Des. MARILENE BONZANINI BERNARDI, julgado em 08 de julho de 2009).

Já há algum tempo, esta Corte vem acolhendo a penhora de marca de empresa, ainda que, admitindo o fato de ser bem de contestável liquidez e difícil alienação, como é possível conferir a seguir:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. AÇÃO DE EXECUÇÃO. PENHORA. COTAS SOCIAIS, MARCA E ATIVO SOCIAL. IMPENHORABILIDADE INEXISTENTE. MANUTENÇÃO DA CONSTRUIÇÃO. Direcionada a execução sobre a pessoa jurídica e seus sócios, possível a a penhora de cotas sociais, por integrarem o patrimônio dos devedores, respondendo, assim, pelas dívidas por eles contraídas. Art. 591 do CPC. Precedentes. A marca e o ativo social da empresa, co-executada, não pode inserir-se na norma de impenhorabilidade prescrita pelo art. 649, VI do CPC, visto tratar-se de regra destinada às pessoas físicas, microempresas ou empresas de pequeno porte, do que não se trata a pessoa jurídica executada. Precedentes da Corte. Ademais, não houve comprovação acerca da necessidade de tais bens ao exercício da atividade profissional, ônus que incumbia aos agravantes. Manutenção das restrições. NEGADO SEGUIMENTO AO AGRAVO DE INSTRUMENTO. (Agravado de Instrumento Nº 70019799634, Décima Oitava Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: André Luiz Planella Villarinho, Julgado em 24/05/2007).

Neste mesmo sentido, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina também assim decidiu:

AGRAVO DE INSTRUMENTO - EXECUÇÃO - PROPRIEDADE INDUSTRIAL - MARCA - PENHORA - ADMISSIBILIDADE
O devedor responde, para o cumprimento de suas obrigações, com todos os seus bens presentes e futuros, salvo as restrições estabelecidas em lei (CPC, art. 591). A marca industrial como bem integrante do patrimônio da empresa devedora, de valor economicamente mensurável pode ser penhorada. (TJSC. Agravo de Instrumento n. 1999.012365-0, Relator Des. Newton Trisotto, Julgado em 08/02/2001).

No caso acima, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina entendeu que a marca industrial constitui bem de valor economicamente mensurável e não há na lei impedimento que a impeça de ser penhorada, considerando-a como qualquer outro bem de propriedade da empresa devedora, insistindo na ideia de que a penhora e eventual arrematação não será motivo para paralisar as atividades da empresa.

Ou seja, os efeitos da penhora da marca para a empresa dependem, ainda, da individualidade do juízo, não sendo, ainda, algo consolidado em nosso ordenamento jurídico.

Como visto, no primeiro julgado há a menção expressa de que a penhora poderia refletir na própria existência da empresa, ao passo que, no segundo caso, o entendimento do tribunal foi de que mesmo com a penhora da marca e uma futura arrematação, tal acontecimento não teria a capacidade de impossibilitar as atividades da empresa.

É possível observar que o juízo singular, no primeiro caso, considerou as consequências da penhora da marca para uma empresa, sendo que, em contrapartida, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina analisou a penhora da marca sob outra ótica, ou seja, de que as atividades da empresa poderiam prosseguir normalmente mesmo tendo sua marca penhorada e uma posterior arrematação da mesma.

Para Diogo Hinsching o Tribunal de Justiça de São Paulo, foi além ao consolidar que a penhora não importa em expropriação do bem, mas os frutos da utilização comercial desta marca é que irão ser aproveitados para satisfazer o credor, garantindo, deste modo, o princípio da menor onerosidade ao executado, desviando as alegações de que a penhora inviabilizaria as atividades da empresa (2011) Vejamos:

EXECUÇÃO DE TÍTULO EXTRAJUDICIAL – PENHORA – MARCA – Determinação de extensão da penhora que recaia sobre as marcas dos executados – Admissibilidade, desde que observados seus respectivos titulares, incidindo sobre os direitos das marcas – Devedores que não negam a existência da dívida – Bens encontrados são insuficientes à garantia do Juízo – Ampliação da penhora que não caracteriza ofensa ao artigo 620 do Código de Processo Civil, haja vista ser medida necessária à satisfação do crédito exequendo – Recurso Improvido, com recomendação. (TJSP, Seção de Direito Privado – 37ª Câmara, Agravo de Instrumento n. 7.351.434-8, Relator Des Mário de Oliveira, Julgado em 02 de setembro de 2009).

Ante o exposto, é possível perceber que os tribunais vêm aceitando com frequência a possibilidade de satisfazer um crédito através da penhora da marca sem violar o princípio da menor onerosidade ao executado. É possível ver também que não há um posicionamento concreto, ainda, no que diz respeito a etapa posterior à penhora, isto é, como se dará a satisfação do crédito propriamente dito.

3.6 Dos princípios que regem a proteção da marca

Segundo Moraes (2003, p. 8), a proteção que a legislação confere aos titulares define-se pela aplicação de dois princípios gerais: o da territorialidade e o da especialidade do registro. Vejamos:

O da territorialidade estabelece que o uso exclusivo da marca somente é protegido e, conseqüentemente reconhecido, estritamente dentro do território do país em que se requer a proteção.

O segundo significa que a proteção do sinal e o direito de utilização do mesmo compreendem apenas os produtos ou serviços a que ela se refere. Desse princípio, concluímos que a novidade da marca é relativa, sendo

apenas necessário que não exista outro sinal idêntico, semelhante ou afim anteriormente registrado para aquele produto (ou seja, registrado na classe para a qual se requer o registro). A marca deve ser própria, não dando margem a confusão com qualquer outra anteriormente empregada para objetos análogos (Moraes, 2003, p. 8).

Diante da relatividade dos princípios, surgem formas próprias de proteção, tais como a marca de alto renome e a marca notoriamente conhecida, já fora visto anteriormente.

3.7 Consequências da penhora da marca para uma empresa

De acordo com Brito (2013, p. 4), é possível ocorrer a falência da empresa devedora por causa da penhora de sua marca, tendo em vista que, por ser um componente do estabelecimento empresarial, é fundamental à continuidade da sua atividade. Por consequência, a penhora de sua marca irá levar a incapacidade econômica e a interrupção de suas atividades, uma vez que ficaria sem o aproveitamento do bem incorpóreo que identifica seus produtos ou serviços.

Nesse sentido, Maria Isabel Montañês (2016) entende que:

A penhora das marcas traz ao devedor uma mácula a sua imagem e reputação, o chamado Good Will, que pode ocasionar transtornos difíceis de serem controlados”.

Para Martins (1973):

Patrimônio de marca ou goodwill é o conjunto de elementos não materiais ligados ao desenvolvimento de um negócio, pontos que valorizam a reputação de uma empresa

Ainda, nesse sentido, o Ministro Relator Castro Meira (2004) decidiu que:

(...) Quanto à possibilidade de proceder-se à penhora de marcas comerciais, é de se ter em mente que estas correspondem a bens (incorpóreos), sobretudo das empresas comerciais, fazendo parte de seu "patrimônio" ou "fundo de comércio", a exemplo dos créditos, patentes, segredos de fábrica, entre outros.

Muito embora se admita que o gravame judicial possa recair sobre as "marcas" da empresa, tendo em vista que estão implicitamente incluídas no conceito de "estabelecimento comercial" e que possuem valor econômico determinável através de avaliação, não há como afastar o caráter excepcional dessa penhora, que mereceu inclusive tratamento especial do legislador, a teor do que dispõe o 1º do art. 11 da Lei 6.830/80:

(...)

1º O Excepcionalmente, a penhora poderá recair sobre estabelecimento comercial, industrial ou agrícola, bem como em plantações ou edifícios em construção.

Ao exame do dispositivo, levando em conta ainda os princípios que regem o processo de execução, **julgo que a penhora sobre os bens do "estabelecimento comercial", sejam os corpóreos ou os incorpóreos - no caso, as marcas -, é medida excepcional e que deve ser adotada apenas na ausência de todos os bens anteriormente arrolados, em razão da repercussão que o gravame terá na continuidade das atividades da empresa.**

Em que pese a finalidade da execução fiscal seja a satisfação do crédito do exequente, esta não pode ocorrer de qualquer modo, mas sim da maneira menos gravosa ao executado, tentando-se evitar, de todas as formas possíveis a ruína do devedor. Neste sentido, a regra do art. 620 do Código de Processo Civil, a qual se aplica subsidiariamente à execução fiscal:

(...)

No caso, o nome "VARIG", associado a todos os produtos e serviços que a agravante fornece, somando-lhes prestígio e credibilidade, inclusive internacionalmente, constitui parte importante, se não essencial, do seu patrimônio, sendo, pois, inegável que a impossibilidade de utilizá-lo poderia inviabilizar definitivamente a continuidade das suas operações.

Com efeito, a efetivação da penhora sobre as marcas da empresa aérea, as quais têm relação direta com a prestação dos seus serviços, tem por consequência lógica a sua alienação forçada, o que pode acarretar a paralisação das suas atividades, no caso de não permanecer na posse de suas marcas comerciais.

Assim sendo, tendo em vista que a penhora de marcas é medida excepcional (1º do art. 11 da LEF), porque pode levar a empresa devedora à extinção, é de se buscar todas as alternativas possíveis antes de ser levada a efeito, a fim de que não seja a própria constrição a causa da paralisação da empresa.

É importante ressaltar que não se está diante da hipótese de empresa em estado de falência, que já teve as suas atividades paralisadas, caso em que a penhora da marca se admite porque ainda possui valor comercial.

Ainda, considerando que a atividade desenvolvida pela executada é de inegável importância para o país, seja no transporte de passageiros ou cargas, dentro e fora do território nacional, cuja paralisação pode acarretar incalculáveis prejuízos, inclusive para terceiros, esta é de ser preservada.

Neste contexto, merece acolhida a tese da agravante para afastar a penhora de suas marcas. (...). (STJ - REsp: 712025 RS 2004/0180598-7, Relator: Ministro CASTRO MEIRA, Data de Julgamento: 20/10/2005, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: <!-- DTPB: 20051107
 --> DJ 07/11/2005 p. 226) (BRASIL, 2005).

Portanto, a autorização da penhora irá depender da avaliação minuciosa do caso concreto, uma vez que as características fáticas da situação econômico financeira da empresa, da mesma forma a importância da marca para sua atividade empresarial, podem dificultar a sua aplicação ou levar à falência, motivo pelo qual deve reverter-se de cautela, razoabilidade e viabilidade (Brito, 2013, p.6).

CONCLUSÃO

Após abalizada exposição de fundamentos, pode-se apresentar uma análise acerca da evolução do processo de execução e quais as mudanças ocorridas no Ordenamento Jurídico.

Sendo assim, partiu-se do entendimento de que com a crescente evolução da sociedade, o Estado se consolidou, fazendo com que os direitos pudessem, ao menos em parte, serem cumpridos e jurisdicionados.

Neste contexto, pode se notar que o próprio ordenamento jurídico disponibiliza medidas para que o Estado possa invadir a esfera de autonomia do indivíduo e fazer cumprir efetivamente a regra de direito, denominada sanção de norma jurídica a qual pode ser civil ou criminal e o conceito de execução forçada em direito processual destina-se especificamente a realizar essa *sanção*.

Portanto, nota-se a grande evolução do ordenamento jurídico brasileiro, sendo certo que atualmente existem diversas formas de execução, como por exemplo: a execução dos títulos executivos extrajudiciais e o cumprimento de sentença, além dos procedimentos especiais autônomos de execução, como por exemplo, a execução por quantia certa contra devedor insolvente, a execução contra a fazenda pública e a execução fiscal.

Indo além, para que ocorra a execução, são necessários dois requisitos: o inadimplemento do devedor e haja um título executivo para ser executado.

Partindo de tais entendimentos tem-se ainda, durante a fase de execução, a nomeação de bens à penhora e, realizada a penhora, os bens contidos tornam-se indisponíveis para o devedor, o qual não pode aliená-los ou onerá-los eficazmente. A penhora não retira do titular a propriedade do bem, mas torna ineficaz o poder de disposição sobre ele.

Ao longo do estudo, foi possível também definir o que é marca e como ela é o meio eficaz para a constituição de uma clientela, representando para o consumidor uma orientação para a compra de um bem, levando em conta fatores de proveniência ou notórias condições de boa qualidade e desempenho.

Neste aspecto, engloba-se a análise da marca quanto à sua classificação, à sua função, qual seja, de distinguir o produto ou serviço na qual ela é aplicada, quanto à sua natureza jurídica e, finalmente, os requisitos necessários para o seu registro (originalidade, novidade e licitude).

Ora, neste diapasão, no que tange à avaliação da marca, é necessária a observação de diversos elementos, como financeiros, mercadológicos e contábeis, por ser uma operação difícil e que necessita da atuação de profissionais especializados.

Contudo, ainda que seja uma operação difícil, não é impossível a avaliação da marca empresarial e, por ser um bem móvel que integra o estabelecimento empresarial e de valor economicamente mensurável, não há, portanto, impedimento legal quanto a sua penhora.

Porém, tendo em vista que, apesar da finalidade do processo de execução ser a satisfação do crédito do exequente, é necessário conciliar o princípio da menor onerosidade ao devedor. Assim, nota-se que a penhora da marca empresarial trata-se de uma medida extraordinária e deferida na hipótese de inexistência de outros bens passíveis de penhora.

O ponto mais importante do presente estudo refere-se ao fato de que, é possível sim uma marca empresarial ser penhorada em uma ação de execução, porém há uma certa cautela para realizá-la.

Assim, conclui-se que é possível uma marca empresarial ser objeto de penhora, porém que esta constrição deve ser realizada em casos excepcionais, para não prejudicar a atividade da empresa devedora, lembrando que a marca empresarial deverá sempre ser avaliada por profissionais especializados, que levarão em conta a força, a presença e a posição da marca no mercado.

REFERÊNCIAS

BERTELI, Marcos Vinícius Macedo. **A excepcional possibilidade da penhora parcial do salário em execução de dívida não alimentar**. 2012. 71f. Trabalho de conclusão de curso de graduação. Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ. Chapecó, Santa Catarina.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 10 out. 2016.

_____. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 10 out. 2016.

_____. **Lei n. 13.105, de 16 de março de 2015**. Código de Processo Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113105.htm. Acesso em: 10 out. 2016.

BRITO, Cristiano Gomes de, **A Complexa Penhora, Avaliação e Expropriação de Marca**, Thomson Reuters, Revista dos Tribunais Online, 2013.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**, Rio de Janeiro: Revista Forense, 1946.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. v. 3, 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

DE SOUZA, Thayla. **Proteção dos signos sonoros: uma análise necessária à luz dos novos contornos empresariais**. 2014. 60f. Trabalho de conclusão de curso de graduação em Direito. Fundação Eurípedes Soares da Rocha, Centro universitário Eurípedes de Marília. Marília, São Paulo.

DINAMARCO, Cândio Rangel. **Execução Civil**. 6 ed. revista e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 1998.

_____. **Instituições de Direito Processual Civil**. Vol. IV. São Paulo: Malheiros Editores, 2004.

PIMENTEL, Juana Melo. Distinção entre nome empresarial e marca. **Carta Forense**. 11 de abril de 2004. Disponível em: <<http://www.cartaforense.com.br/conteudo/artigos/distincao-entre-nome-empresarial-e-marca/1314>>. Acesso em: 14 out. 2016.

DONIZETTI, Elpídio. **Curso didático de Direito Processual Civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lúmen Iuris, 2008.

FILHO, Demócrito Reinaldo. A “**penhora on line**”. A utilização do sistema Bacen-jud para constrição de contas bancárias e sua legalidade. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/penhora-line-utiliza%C3%A7%C3%A3o-do-sistema-bacen-jud-para-constri%C3%A7%C3%A3o-de-contas-banc%C3%A1rias-e-sua-lega> Acesso em: 5 out. 2016

GONÇALVES, Marcus Vinícius Rios. Sinopses jurídicas. **Processo de execução e cautelar**. 12ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009. v.12.

_____. **Sinopses jurídicas. Novo Curso de Direito Processual Civil**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011. v.3.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Marca**. 2013, Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/marcas/marca-2013-mais-informacoes>. Acesso em: 10 out. 2016

LACERDA, Galeno. **O novo direito processual civil e os feitos pendentes**. 2ª ed. São Paulo: Forense, 1974.

LIEBMAN, Enrico Tullio. **Processo de execução**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1968.

MARCAS mais valiosas do mundo em 2016. Disponível em: <http://www.forbes.com.br/listas/2016/05/50-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2016>. Acesso em: 12 mai. 2016.

MARINONI, Luiz Guilherme e ARENHART, Sérgio Cruz. **Processo de execução**. 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2011 (Curso de processo civil. V. 3).

MARTINS, Jomar. Penhora de marca de escritório jurídico é válida para quitar dívidas. **Consultor Jurídico**. 16 de janeiro de 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-jan-16/penhora-marca-escritorio-juridico-valida-quitar-dividas#author>>. Acesso em: 14 out. 2016.

MAZZAFERA, Luiz Braz. **Curso básico de direito empresarial**. 2ª ed. Bauru: EDI-PRO. 2007.

MORAES, Maria Antonieta Lynch, **Marca - Bem Incorpóreo Protegido Pelo Direito Industrial**, Thomson Reuters, Revista dos Tribunais Online, 2003.

MARTINS, E. **Uma contribuição à avaliação do ativo intangível**. Tese de doutorado. 1973.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de direito comercial e de empresa**. 8ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PAES, P.R. Tavares. **Curso de Direito Comercial**, São Paulo, Revista dos Tribunais, 1940.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. 30ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011. v. 1.

ROCHA FILHO, José Maria, **Curso de Direito Comercial**, Belo Horizonte: Del Rey, 1994.

SANTOS, Moacyr Amaral. **Primeiras linhas de direito processual civil**. 4ª ed. 1970.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Processo de execução**. 17ª. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994. v. 1.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Curso de direito processual civil**. 46ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011. V. 2.

WAMBIER, Luiz Rodrigues; TALAMINI, Eduardo. **Curso avançado de processo civil. Execução**. 11ª. ed. São Paulo: RT, 2010. v. 2.