

“Uma sociedade constituída mediante pacto social só é sociedade no sentido que esse vocábulo tem para o direito civil, isto é, uma associação (...) Sem pretender resolver agora com um gesto dogmático, de passagem e voando, as questões mais intrincadas da filosofia, do direito e da sociologia, eu me atrevo a insinuar que estará seguro quem exigir, quando alguém falar de um direito jurídico, que lhe indique a sociedade portadora desse direito anterior a ele” - José Ortega y Gasset

Sempre entendi e expus que uma empresa tem direito inalienável a defender os interesses dos consumidores de seus produtos e também o seu próprio nome.

Aliás, defender os interesses dos consumidores, mais do que direito, é dever da empresa. Faz parte das boas práticas negociais.

E a defesa dos seus consumidores, ato empresarial saudável, é a melhor forma de proteger a dignidade do seu nome.

Longe das discussões teóricas sobre o *nome empresarial* ser *direito de propriedade* ou *direito de personalidade* (ou de qualquer outra categoria), entenda-se, aqui, o direito de uma empresa produtora de bens em não ver seu nome comprometido pelo desgosto dos consumidores em razão de produto defeituoso.

A um só tempo a empresa protege seu nome, em muitos casos mais valioso do que a produção propriamente dita, e demonstra profundo respeito ao público consumidor.

Pois bem, e o que isso tem a ver com o mercado de seguros ou, mais especificamente, com o seguro de transportes?

[**Leia aqui na íntegra.**](#)

03.09.2020