



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

RELATOR	: LILIANE RORIZ
REDATOR	DO: ANDRÉ FONTES
ACÓRDÃO	
APELANTE	: OMEGA S.A.
ADVOGADO	: ELISA BASTOS MUTSCHAEWSKI E OUTRO
APELADO	: INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI E OUTRO
PROCURADOR	: LENY MACHADO
APELADO	: OMEGA COM. E IND. DE MOVEIS LTDA ME
ADVOGADO	: MARCO AURÉLIO DE CARVALHO BERNARDES
REMETENTE	: JUIZO FEDERAL DA 38A VARA-RJ
ORIGEM	: TRIGÉSIMA OITAVA VARA FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (200251015239518)

VOTO VENCEDOR

*I – Expressões tradicionais e termos de uso corrente, trivial e disseminado, reproduzidos em dicionários, integram o patrimônio cultural de um povo. Palavras dotadas dessas características podem inspirar o registro de marcas, pelas peculiaridades de suas expressões eufônicas ou pela sua inegável repercussão associativa no imaginário do consumidor.*

*II – É fraca a marca que reproduz a última letra do alfabeto grego (Omega), utilizada pelo povo helênico desde o século VIII a.C., e inserida pelos povos eslavos no alfabeto cirílico, utilizado no Império Bizantino desde o século X d.C. O propósito de sua adoção é, inegavelmente o de cooptar, sem esforço, a familiaridade do consumidor com o vocábulo de uso corrente desde a Antiguidade.*

*III – Se uma marca fraca alcançou alto renome, a ela só se pode assegurar proteção limitada, despida do jus excludendi de terceiros, que também fazem uso do mesmo signo merceológico de*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*boa-fé e em atividade distinta. Nessas circunstâncias, não há a possibilidade de o consumidor incidir erro ou, ainda, de se configurar concorrência desleal.*

*IV – Apelação parcialmente provida tão-somente para ajustar o pólo passivo da relação processual e fazer constar o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI como réu, mantida a improcedência do pedido de invalidação do registro da marca mista OMEGA (nº 818.522.216), classe 20 (móveis e acessórios de cozinha), formulado por Ômega S.A.*

Conforme relatado, trata-se de demanda que tem por objeto a anulação do registro de nº 818.522.216, realizado pelo INPI, relativo à marca mista OMEGA, classe 20 (móveis em geral), de titularidade da primeira ré. Alega a autora, na petição inicial, que é titular de marca idêntica, em classes distintas (09 – relógios e cronômetros em geral; e 14 – jóias e suas partes, exceto relógios), reconhecida como notória, nos termos do art. 67 da Lei nº 5.772-71. Requer, diante disso, a anulação do registro, realizado em benefício da primeira ré, e a condenação da demandada a se abster do uso do referido termo, sob pena de multa diária de R\$10.000,00 (dez mil reais).

O MM. Juízo de primeiro grau julgou improcedentes os pedidos formulados, condenando a autora ao pagamento de custas judiciais e honorários advocatícios, no percentual de 10% (dez por cento) sobre o valor atualizado da causa. Em sua fundamentação, a r. sentença apelada asseverou, inicialmente, que o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI deveria atuar no processo como assistente do réu. Aduziu, ainda, que o registro anulando data de 04.11.1997, razão pela qual devem ser aplicadas à hipótese as regras da Lei nº 9.279-96. Decidiu, por fim, que não se pode conferir à marca da autora a proteção especial prevista no art. 125, do referido diploma legal, porquanto “*o signo marcário da Autora de marca muito conhecida em seu ramo de atividade, lhe é assegurado o reconhecimento no segmento de mercado onde está aplicada (relógio/jóias). Esse reconhecimento impede qualquer interessado de registrar a mesma marca, caso pretenda usá-la, na mesma atividade econômica para produtos idênticos ou similares.*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*Todavia não é esta a hipótese dos autos, onde os artigos de fabricação e comércio das empresas em litígio se apresentam totalmente diferentes.”*

Em seu voto, a Exma. Relatora, Desembargadora Liliane Roriz, preliminarmente, desproveu o agravo interposto contra a decisão que indeferiu a produção de prova pericial, por considerar que a matéria em julgamento é “precipuamente de direito” (sic). No mais, deu parcial provimento ao recurso para determinar a inclusão do Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI no pólo passivo, na condição de réu. Por fim, a ilustre Relatora decidiu no sentido de “decretar a nulidade do registro nº. 818.522.216, relativo a marcar mista “OMEGA” de titularidade de OMEGA COM/ E IND/ DE MÓVEIS LTDA. ME., com conseqüente abstenção de uso da marca por parte desta, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00 (mil reais).” Em sua fundamentação, argumentou a nobre Relatora que “se a autora possuía, sob a égide do CPI, proteção especial como marca de alto renome, também como proteção especial em todas as classes, não é razoável que sua proteção agora, sob a lei da LPI, passe a ser apenas setorial.”

É o breve relato. Passo ao voto.

O agravo retido interposto da decisão que indeferiu a produção de prova pericial deve ser conhecido, mas, no mérito, desprovido, como bem asseverado pela ilustre Relatora, Desembargadora Liliane Roriz, muito embora por fundamento diverso.

A matéria é de fato (*questio facta*) nos casos de reconhecimento da notoriedade de uma marca, e não de direito (*questio juris*). Afinal, trata-se de problema mercadológico, e como tal se apresenta na hipótese de os juízes divergirem quanto aos fatos concretos e informações históricas envolvidos na controvérsia. Em outras palavras, a notoriedade da marca é *questio facta*, que decorre da constatação pelo julgador do reconhecimento dessa qualidade pela classe consumidora. Conclui-se, pois, que a prova pericial não se mostra adequada para elucidar, por autoridade própria de perito (*ad autoritatem*), se uma marca goza ou não dessa qualidade. O perito, passe o truismo, não tem



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2<sup>a</sup> REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

procuração do povo para dizer se uma marca é ou não dotado de fama. A produção de prova pericial pode, sim, *in casu*, firmar alguns dos elementos determinantes da notoriedade, que são anciliares ao caráter fático da questão, como, *verbi gratia*, gastos de propaganda e publicidade, controle de qualidade do produto etc. Pode-se, até mesmo, através de perícia, realizar pesquisa de opinião pública sobre o conhecimento de determinada marca, dentre outros aspectos, desnecessários na hipótese em julgamento. A questão de fato, objeto do recurso, consiste, apenas e tão-somente, na aferição de alegada notoriedade de marca em disputa, já realizada pela análise dos fatos pela turma julgadora.

Ultrapassado esse tema, no que diz respeito ao ingresso do Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI nas ações em que se postula a invalidação de registro de marca, deve-se destacar que, mesmo diante da flagrante ambigüidade da redação do art. 175 do atual Código da Propriedade Industrial – Lei n° 9.279-96 ( “*A Ação de nulidade do registro será ajuizada no foro da Justiça Federal e o INPI, quando não for autora, intervirá no feito.*” ), ante o disposto no art. 47 do Código de Processo Civil, aquela autarquia é litisconsorte passiva necessária do réu, nas demandas que têm por objeto a anulação do registro de marca.

Isso porque, a ação não só tem por escopo impedir que a sociedade empresária, titular do registro anulado, faça uso de expressão ou signo já registrado em nome de terceiro, como, também, objetiva a anulação de ato do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI, consubstanciado na concessão de registro, praticado no exercício das atribuições legais do instituto. Dessa forma, a decisão de mérito irradiará seus efeitos não apenas sobre a esfera patrimonial da detentora da marca, como, também, no âmbito de atribuições da autarquia federal, o que denota, além da incindibilidade da relação jurídica de direito material, a indispensabilidade de se proferir decisão uniforme para todos os litisconsortes. Nesse sentido, são oportunas as considerações do ilustre magistrado José Antônio Lisboa Neiva, em seu artigo “Questões processuais envolvendo Propriedade Industrial”, *in verbis*:



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*“Tendo em vista que praticou o ato impugnado e manteve-se inerte, bem como se mostra indispensável vinculá-lo ao comando da sentença a ser prolatada, não vejo outra saída senão a de incluí-lo, no pólo passivo, em face da necessariedade do litisconsórcio decorrente da relação jurídica de direito material posta em juízo. Ademais, diante da indispensabilidade de sua participação na relação processual, não se poderia imaginar a outra posição do INPI do ajuizamento da ação de nulidade por interessado, que não fosse a de réu. Inexiste no ordenamento processual uma intervenção de terceiro que se ajustasse à hipótese, em função de sua obrigatoriedade.”*

*(apud, Revista da ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Industrial nº56 – janeiro-fevereiro de 2002, p.39-40)*

No mesmo sentido, vejam-se os seguintes arestos desta Egrégia Corte Federal:

***PROPRIEDADE INDUSTRIAL - NULIDADE DE REGISTRO DE PATENTE - INPI - LITISCONSÓRICO PASSIVO NECESSÁRIO - INVENÇÃO - REQUISITO DA NOVIDADE.***

*I - Tratando-se de ação na qual se postula a declaração de nulidade de ato administrativo editado pelo INPI, a hipótese é de litisconsórcio passivo necessário entre a Autarquia e a empresa beneficiada pelo ato.*

*II - A novidade é requisito essencial para que o autor de invenção obtenha privilégio de propriedade e uso exclusivo. A falta deste requisito gera a nulidade do benefício concedido pelo INPI.*

*III - Remessa necessária improvida.*

*(2ª Turma, REO 2001.02.01.023161-4, Rel. Des. Fed. Castro Aguiar, DJ 22.01.2002)*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2<sup>a</sup> REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*PROCESSUAL CIVIL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. AÇÃO DE  
NULIDADE DE REGISTRO DE PATENTE. INPI.  
LITISCONSORTE PASSIVO NECESSÁRIO*

*I – O INPI, nas ações destinadas a anular registro de marca e patentes, é parte autônoma e não mero assistente.*

*II – A ação de nulidade de registro de marca ou patente há que ser proposta contra o titular do registro, tendo o INPI como réu já que é a autarquia responsável pela concessão do registro de marcas e patentes.*

*(5<sup>a</sup>Turma, AG 92.02.08673-7, Rel Des. Fed. Tânia Heine, DJ 08.02.2000)*

Na verdade, se o caso é de anulação de ato administrativo unilateral da Administração Pública, eventual assistência seria da beneficiária do ato, porque é ela quem sofrerá os efeitos, ainda que indiretamente, decorrentes de eventual ilegalidade perpetrada, e não da autarquia que o praticou.

No mais, segundo afirma a apelante, a controvérsia versa sobre marca de alto renome. A marca de alto renome (art. 125 da Lei nº 9279-96), que sob a égide da Lei nº 5.772-71 (art. 67) denominava-se marca notória, é a qualidade daquela marca que goza de proteção em todas as classes e tem como principal característica, per definitionem, ser imediatamente recognoscível pelo público em geral, independentemente de padrão social ou intelectual. Essa qualidade não pode ser declarada pelo perito como um *argumentum ad autoritatem* ou mesmo pelo magistrado, *primus ictus oculi, ad arbitrium*; ou, em outros termos, ela não deve ser objeto de imposição, fundada na vetusta e anacrônica figura da verdade sabida, que adviria do conhecimento direto próprio e pessoal do juiz acerca da fama de determinada marca. O que se admite é o reconhecimento dessa qualidade, a partir da prova do fato da notoriedade, constante dos autos. Esse reconhecimento deve retratar a percepção e a constatação da marca pelos consumidores e pelo público. O Professor José Carlos Tinoco Soares, salientando o regramento normativo da legislação anterior (Portaria nº 008 de 10 de janeiro de 1974 (RPI 29.01.1974), salientou:



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*“Considera-se de conhecimento NOTÓRIO a marca que:-*

- 1) permita ao consumidor, independentemente do seu grau de instrução distinguir de imediato, um produto ou um serviço por ela identificado;*
- 2) seja conhecida, em todas as regiões do País sem distinção de nível sócio-econômico dos seus habitantes;*
- 3) pelo seu poder atrativo exerce tal magnetismo que independa de sua aplicação em um determinado produto ou serviço e*
- 4) tenha atingido alto conceito no mercado devido a excepcional qualidade dos produtos ou serviços que assinala”*

A natureza notória, ou em termos atuais, o alto renome da marca é *in re ipsa* e estará caracterizado desde que ela atenda a sua característica primária, e preencha os requisitos acima expostos.

No caso dos autos, entretanto, a discussão de maior importância não é relativa ao alto renome da marca de relógios de titularidade da apelante, porquanto não se nega a fama internacional e o prestígio da marca perante os consumidores. A questão primordial para a resolução da lide, diversamente do afirmado nas razões recursais, diz respeito aos efeitos dessa qualidade ou, em outros termos, se essa fama é capaz, por si só, de impor a invalidação do registro de outras marcas ou denominações, sem que tenha havido qualquer demonstração de prática desleal ao regime de concorrência.

É indubioso que não se deve dispensar, mesmo às marcas de alto renome, proteção absoluta, se compostas de termos triviais e de uso disseminado. O tratamento jurídico que se confere a marca de alto renome, que tem originalidade absoluta, é a proteção especial que se justifica pelos esforços e investimentos de seu titular para alcançar esse perfil. A fama da marca, nessas hipóteses, está indissociavelmente vinculada ao esforço econômico que o seu titular realiza para divulgá-la. A ausência de novidade do termo OMEGA, que nada mais é do que a vetusta denominação da última letra do alfabeto grego, reproduzida no alfabeto cirílico, impede que se atribua efeito transcendente à proteção marcária já deferida para classes específicas,



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

diante do princípio da especialidade, sob pena de se constituir indesejável monopólio de expressão popular. Acrescente-se que a letra de um alfabeto é *res extra commercium* e, portanto, inapropriável.

Recorra-se à analogia: assegurar à apelante o uso exclusivo do vocábulo OMEGA consubstanciaria o mesmo despropósito de se conferir exclusividade a empresa que por, exemplo, registrasse marca representada pelas letras “a”, ou “b”, ou quem sabe “z” do alfabeto arábico. As letras de um alfabeto, seja ele o arábico, o grego ou o cirílico, não podem ser objeto de apropriação, capaz de excluir o seu uso por terceiros, porque integram o patrimônio cultural não só dos povos que adotam, mas também de toda a humanidade.

A famosa letra OMEGA – famosa porque integra o relevante alfabeto grego e não porque está estampada nos relógios da apelante há menos de dois séculos – é conhecida, utilizada e invocada por todos os povos cultos há muitos e muitos séculos. Segundo os historiadores, ela é conhecida desde a Antiguidade. E, por essa razão, não pode e não deve ser objeto de apropriação, com caráter de exclusividade, ainda que notoriamente esteja vinculada a uma prestigiosa marca de relógios.

De uso corrente, a letra OMEGA tem sido utilizada e invocada em vários segmentos. O carro OMEGA, fabricado pela General Motors nos anos 80, foi comercializado em diversos países. É, por outro lado, conhecida no mercado de livros a OMEGA Editora. E no mercado dos seguros, atuaativamente a Seguradora OMEGA. Todas essas marcas, relativas a produtos de diferentes segmentos, convivem harmonicamente, porque optaram pela utilização de vocábulo de uso disseminado, que, repita-se, reproduz letra de dois alfabetos mundialmente conhecidos.

Nesse contexto, não é porque a apelante fabrica relógios famosos, que se poderia conferir a ela a exclusividade do uso do termo que integra o patrimônio cultural de vários povos.



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

Some-se a esses argumentos o de que a utilização da famosa letra do alfabeto grego por empresa que tem atividade manifestamente distinta de fabricação de relógios não trará qualquer risco de induzir o consumidor a erro. Ninguém que compra móveis ou livros em empresa denominada OMEGA será levado a supor que estes produtos seriam fabricados pelos famosos fabricantes de relógios e vice-versa. A fama da notória OMEGA, que transcende a reputação de relógios fabricados pela apelante, exclui a possibilidade de dúvidas sobre a procedência comum de produtos tão diversos.

Assim, a despeito do alto renome, é fraca a proteção que se pode conferir a marca mista da qual a apelante é titular, que reproduz vocábulo de uso corrente, em todo o mundo, há muitos séculos.

Por oportuno, vale transcrever as breves considerações apresentadas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI em sua contestação sobre esses aspectos:

*“10. (...) Nada Obstante, todo o esforço, significativo, constituído ao longo da inicial, não logra a autora, data vénia, demonstrar que a notoriedade da sua marca – e que até nem se discute – transcenda o específico segmento de mercado em que atua a acionante.*

*11. Esse específico segmento de mercado, do que parece não residir qualquer dúvida, é o de artigos e peças de relojoaria, elevados, até, quiçá, ao nível de peças de joalheria; basta, por sinal, constatar que todas as marcas por ela registradas no Brasil, declinadas na vestibular, o foram ou para a classe 9 ou para a classe 14 da entrão adotada Classificação de Produtos e Serviços Instituída pel Ato Normativo INPI nº 0051/81, abrangendo, respectivamente, relógios e jóias.*

*12. Mas a marca registrada em favor da ré, registro este ora sub judice, o foi para distinguir móveis e artigos do mobiliário geral*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

*13. Onde, com a devida vênia, a correlação entre uns e outros ditos artigos?*

*14. Onde o prejuízo para a autora na manutenção do registro anulando?*

*15. A autora, renomada empresa estrangeira, não se dedica, do que igualmente não parece haver dúvida, à produção de peças de mobiliário. E a ré, Omega Comércio e Indústria de Móveis Ltda. – por sinal uma micro empresa sediada em Belo Horizonte, Minas Gerais –, certamente não está voltada à confecção de delicadas e intrincadas peças de relojoaria...*

*16. O sinal de que ambas empresas se utilizam na identificação de seus artigos “OMEGA”, não pode ser considerado exatamente original – afinal, trata-se, como é ressaltado, do nome da última letra do alfabeto grego*

*17. E, impede ressaltar, dito termo se faz presente numa multiplicidade de registros e pedidos de registros de marca assentados no INPI (entre os quais os da autora e o da ré), em nome de diversas empresas e para variada gama de produtos, artigos e serviços, como o demonstra o anexo levantamento realizado pela Diretoria de Marcas desta Autarquia.*

*18. É, pois, signo de relativamente ampla utilização como marca, bastando citar, dentre os inúmeros exemplos que se poderia escolher, o automóvel assinalado com tal marca. Omega, já há bom tempo presente no mercado nacional, e inclusive, especialmente, à época de seu lançamento, com larga veiculação publicitária.*

*19. Em suma: a marca “OMEGA” assim, como é irretorquivelmente conhecida como pertence à autora no que*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

*concerne o ramo de relojoaria, também se faz conhecida a outras empresas para diversos outros segmentos de atividade.”*

Ademais, como salientado pelo ilustre representante do “parquet” federal, “o que se põe em confronto nos autos são produtos de classes no todo distintas, com mercados diferenciados e características peculiares. O consumidor de móveis não irá presumir que o fabricante de móveis “Omega” é aquele mesmo dos artigos de relojoaria, da mesma forma que o comprador do automóvel “Omega” (já fora do mercado) não se iludiu com a certeza de que a General Motors teria licença da autora para nomear o seu veículo. Assim, se a marca “Omega” é, ao lardo de dúvida, notoriamente conhecida (e prestigiada) no setor de relógios e afins, o mesmo nome nada diz ou pouco representa, em termos mercadológicos, em outros segmentos, quer identifique móveis ou acessórios de cozinha.”

Diante do exposto, e dissidento parcialmente da Relatora, voto no sentido de desprover o agravo interno e prover parcialmente o apelo, apenas para reconhecer que o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI deve figurar na relação processual, na qualidade de réu e não de mero assistente, mantida, nos seus demais termos, a r. sentença que julgou improcedentes os pedidos. Honorários advocatícios fixados em 10% (dez por cento) sobre o valor atualizado da causa, a ser rateado entre os patronos dos réus.

ANDRÉ FONTES  
Desembargador do TRF – 2ª Região

E M E N T A

DIREITO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA FRACA E MARCA DE ALTO RENOME. ANULAÇÃO DE MARCA. USO COMPARTILHADO DE SIGNO MERCADOLÓGICO (ÔMEGA).

I – Expressões tradicionais e termos de uso corrente, trivial e disseminado, reproduzidos em dicionários, integram o patrimônio cultural de um povo.



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

Palavras dotadas dessas características podem inspirar o registro de marcas, pelas peculiaridades de suas expressões eufônicas ou pela sua inegável repercussão associativa no imaginário do consumidor.

II – É fraca a marca que reproduz a última letra do alfabeto grego (Omega), utilizado pelo povo helênico desde o século VIII a.C., e inserida pelos povos eslavos no alfabeto cirílico, utilizado no Império Bizantino desde o século X d.C. O propósito de sua adoção é, inegavelmente, o de fazer uso da familiaridade do consumidor com o vocábulo de uso corrente desde a Antiguidade.

III – Se uma marca fraca alcançou alto renome, a ela só se pode assegurar proteção limitada, despida do *jus excludendi* de terceiros, que também fazem uso do mesmo signo merceológico de boa-fé e em atividade distinta. Nessas circunstâncias, não há a possibilidade de o consumidor incidir erro ou, ainda, de se configurar concorrência desleal.

IV – Apelação parcialmente provida tão-somente para ajustar o pólo passivo da relação processual, fazendo constar o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI como réu, mantida a improcedência do pedido de invalidação do registro da marca mista OMEGA (nº 818.522.216), classe 20 (móvels e acessórios de cozinha), formulado por Ômega S.A.

A C Ó R D Ã O

Vistos e relatados os presentes autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Membros da Segunda Terma Especializada do Tribunal Regional Federal da 2ª Região, à unanimidade, desaprovar o agravo retido e, por maioria, prover parcialmente a apelação, nos termos do voto do Desembargador André Fontes, que fica fazendo parte integrante deste julgado. Vencida a Relatora, que dava provimento à apelação. Votou ainda o Desembargador Messod Azulay Neto.

Rio de Janeiro, 25 de agosto de 2007. (data do julgamento)

ANDRÉ FONTES  
Redator do Acórdão



PODER JUDICIÁRIO  
**TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 2ª REGIÃO**

IV - APELACAO CIVEL

2002.51.01.523951-8

---

Desembargador do TRF – 2<sup>a</sup> Região