



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

APELAÇÃO CÍVEL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL E INTELLECTUAL. AÇÃO COMINATÓRIA. USO DE EXPRESSÃO COMUM NA LÍNGUA ÁRABÉ, COM ORIGEM DO SEU USO DESDE APROXIMADAMENTE 328 ANOS ANTES DE CRISTO. REGISTRADA COMO MARCA ESTABELECIMENTO COLERCIAL VINCULADO A RESTAURANTE. USO DE EXPRESSÃO SEMELHANTE EM ESTABELECIMENTO COMERCIAL VINCULADO A HOTELARIA. EXPRESSÃO GENÉRICA DE ORIGEM ÁRABE. EXCLUSIVIDADE NÃO RECONHECIDA. INEXISTÊNCIA DE CONCORRÊNCIA DESLEAL.

"In casu" a demanda foi julgada procedente, reconhecendo o registro da marca (expressão comum no povo árabe) e direito ao uso exclusivo pela autora. Litígio dos autos no sentido de decidir se expressão de uso comum pelo povo de origem árabe pode ser utilizada com exclusividade somente por uma pessoa de origem árabe, desde que registre essa expressão como de sua propriedade e de uso exclusivo no seu estabelecimento comercial.

Impossibilidade. Não pode um descendente de origem estrangeira registrar no Brasil, e creio que em qualquer outro lugar do mundo, expressão de uso comum em sua língua de origem, como se fosse sua criação ou exclusividade sua, como faz exemplo



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

outra expressão muito utilizada pelos árabes – “salamaleico ou maleicosala”, que significa a paz esteja com vocês e a sua resposta.

Seria o mesmo que um descendente do povo Judeu registrar “shalom” como sua criação e exclusividade sua. Ou mesmo o “Ok” do povo americano. Ou o brasileiro pretender registrar a expressão “saudades”, que só existe na língua portuguesa.

Excesso e abuso de direito no exercício do direito de uso da expressão de uso comum de todo povo de origem árabe.

O registro como marca perante o INPI somente tem eficácia com relação ao seu estabelecimento comercial específico, ou seja, não pode existir outro restaurante no Brasil que tenha nome “ALMANARA”, não impedindo que outros estabelecimentos não-concorrentes na mesma área de exploração comercial possam utilizar a expressão como nome comercial.

Em que pese componha a denominação da parte autora, afigura-se expressão de uso comum do povo de origem árabe, e descrição genérica, sendo, por isso, inapropriável com exclusividade, ainda que registrada como marca.

O Superior Tribunal de Justiça já se manifestou sobre a mitigação da proteção da propriedade industrial em relação a marcas que constituam expressão de



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

uso comum, a fim de evitar eventual monopólio no exercício do comércio.

SENTENÇA REFORMADA. FIXAÇÃO DE HONORÁRIOS RECURSAIS EM FAVOR DO PATRONO DA RÉ.

DERAM PROVIMENTO AO APELO.

APELAÇÃO CÍVEL

SEXTA CÂMARA CÍVEL - REGIME DE EXCEÇÃO

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

COMARCA DE SÃO BORJA

HOTEL ALAWI LTDA

APELANTE

ALMANARA RESTAURANTES E LANCHONETES LTDA

APELADO

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os autos.



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Acordam os Magistrados integrantes da Sexta Câmara Cível - Regime de Exceção do Tribunal de Justiça do Estado, à unanimidade, EM DAR PROVIMENTO AO APELO

Custas na forma da lei.

Participaram do julgamento, além do signatário, os eminentes Senhores **DES. LUÍS AUGUSTO COELHO BRAGA (PRESIDENTE) E DES.^a ELISA CARPIM CORRÊA.**

Porto Alegre, 26 de outubro de 2017.

DR. ALEX GONZALEZ CUSTODIO,

Relator.

RELATÓRIO

DR. ALEX GONZALEZ CUSTODIO (RELATOR)

Trata-se de recurso de apelação manejado contra a sentença que julgou procedente os pedidos deduzidos nos autos da ação cominatória que **ALMANARA RESTAURANTES E LANCHONETES LTDA.** promove em face de **HOTEL ALAWI LTDA.**



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Adoto relatório da sentença (fls. 450/453):

"ALMANARA RESTAURANTES E LANCHONETES LTDA ajuizou ação cominatória em face de **HOTEL ALAWI LTDA**, ambos qualificados na inicial. Relatou: (I) que é uma sociedade tradicional que, desde 1950, explora um dos primeiros restaurantes do país especializado na culinária árabe, o "Almanara"; (II) que é proprietária da marca "Almanara" perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, o que lhe garante o direito exclusivo de uso em todo o território nacional, no seu ramo de atividade econômica, que compreende restaurantes, bares, lanchonetes, hotéis e outros correlatos; (III) que tomou conhecimento de que a ré decidiu adotar em sua razão social (nome empresarial) e título de estabelecimento a marca registrada "Almanara" para o mesmo ramo de atividade e que, ao se intitular "Hotel Al-manara", a requerida violou seu direito, em razão de ser detentora única e exclusiva da marca "Almanara", incorrendo em ilícito civil e inclusive penal; (IV) que tal fato vem lhe causando diversos transtornos e pondo seriamente em risco seu projeto de crescimento nacional, pois confunde o mercado, o que implica em concorrência desleal; (V) que a ré, com isso, capta clientela por via transversa, induzindo o consumidor em erro e comprometendo a possibilidade de expansão da rede de restaurantes, que tem, no nome "Almanara", um forte e inestimável componente; (VI) que notificou a requerida a se abster de usar a marca "Almanara" nos ramos em que esse uso lhe é restrito, conferindo-lhe prazo razoável para se manifestar de modo a evitar demanda judicial, e que a demandada nada fez e continua utilizando indevidamente o nome "Almanara" em seu negócio. Sustentou o direito de proteção a sua marca, que foi devidamente registrada, com base no art. 5º, XXIX da Constituição Federal, na Lei de propriedade Industrial, nº 9.279/96, e na jurisprudência, arguindo que a existência de dois negócios de natureza similar viola o princípio da especificidade que vigora no direito marcário. Pediu a condenação da ré para que esta se abstenha de usar a marca "Almanara", sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00. Requeru a condenação da ré ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios e a produção de prova pericial, documental e oral. Acostou documentos (fls. 15/130 e 133/138).

Citada, a ré apresentou contestação (fl. 146/153). Afirmou que é uma empresa que atua apenas no ramo hoteleiro, que sua atividade é apenas aquela identificada pelo código 55.10-8-01 – HOTEIS e que não desenvolve nenhuma atividade de restaurante, nem de lanchonete, limitando-se, no que diz respeito a refeições, servir café aos seus hóspedes em local apropriado, não aberto ao público, e cujo valor está incluído na diária da hospedagem. Sustentou que, em que pese a existência de previsão de direito exclusivo de uso de uma marca registrada pelo seu respectivo proprietário, não se trata de um direito exclusivo e que apenas as marcas de "alto renome" e "notoriamente conhecidas" gozam de proteção especial. Referiu



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

que não há nenhuma semelhança entre os elementos estéticos que identificam cada negócio e que atua apenas e tão somente no ramo hoteleiro. Aduziu que a autora não faz prova de alguma similitude nos negócios de ambas bem como que não há possibilidade de confusão ou associação da marca da autora com seu nome fantasia, seja pelos ramos de atividade, seja pelas praças de atuação. Postulou a improcedência do pedido. Juntou documentos (fls. 154/155).

Houve réplica (fls. 157/167).

Juntados documentos pela parte autora (fls. 168/344).

Intimadas as partes acerca do interesse na produção de outras provas (fl. 345). A parte autora postulou a produção de prova documental suplementar (fls. 353/354). A requerida postulou a designação de audiência de instrução e julgamento (fl. 355).

Realizada a audiência, onde foi ouvida uma testemunha (fls. 367/368).

A demandada juntou documentos acerca da existência de pessoa jurídica diversa que desenvolve a atividade de restaurante e que foi mencionada nos depoimentos testemunhais (fls. 370/371).

A autora impugnou a prova testemunhal da requerida (fls. 381/395).

Ouvida uma testemunha através de precatória (fl. 407).

A parte autora se manifestou acerca do termo de degravação (fls. 420/427).

Intimadas as partes acerca do interesse na produção de outras provas, a parte autora postulou pelo prosseguimento do feito (fl. 430).

Encerrada a instrução e apresentados os memoriais.

Vieram os autos conclusos para sentença”.

A sentença teve o seguinte dispositivo:

‘ANTE O EXPOSTO, julgo: **PROCEDENTE** o pedido realizado por **ALMANARA RESTAURANTES E LANCHONETES LTDA** em face de **HOTEL ALAWI LTDA** para o fim de: **DETERMINAR** a abstenção da requerida em utilizar como a marca “Almanara” de forma empresarial, “nome fantasia”, razão social, título de estabelecimento ou de qualquer outra forma, inclusive em papéis impressos, propaganda e documentos relativos à atividade da parte autora, no prazo de 30 dias, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00.

Condeno a requerida ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios do procurador da autora. A verba honorária vai fixada em R\$ 1.000,00, assim arbitrada em face do bom grau de zelo do procurador, a natureza e a importância da causa, o trabalho realizado pelo advogado e o tempo exigido para o seu serviço (artigo 20, §§ 3º e 4º do Código de Processo Civil)”.



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Inconformada com a sentença a parte ré interpôs recurso de apelação (fls. 455/467). Alega que não se dá para confundir a parte ré com a outra empresa que atua ao lado (apenas porque ambas possuem o mesmo sócio e são anunciadas no mesmo site). Afirma que é apenas um hotel, fato reconhecido pela apelada nº 5 parágrafo da fl. 151 e, desta forma, a prova testemunhal foi enfática em apontar que o Hotel não desenvolve atividade de restaurantes, nem muito menos serve comida árabe. Aduz que nem foi objeto do feito eventual alegação de identidade entre ambas as empresas que, durante a instrução, houvesse dever e oportunidade de ser provada a diferença entre elas (não podendo uma ser condenada por causa da autora, sob pena de flagrante atropelo ao contraditório, ampla defesa e devido processo legal). Frisa que conforme as próprias regras do INPI, o simples registro de uma marca em um determinado ramo não outorga ao detentor do registro proteção frente a uma marca apenas parecida na fonética, como é o que ocorre no caso. Relata que não há identidade na logomarca, não havendo nenhuma possibilidade de confusão, e, vale frisar, o que é registrado é a marca visual, e o som ou pronúncia. Cita que apenas do registro no INPI, não há como conferir à apelada a proteção que invoca, pois registrou termo comum (embora em outra língua). Requer a reforma da sentença e o julgamento pelo provimento do recurso.



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Recebido o recurso de apelação no duplo efeito (fl. 469).

Foram ofertadas contrarrazões (fls. 471/481).

Vieram-me os autos conclusos em 25/08/2017.

É o relatório.

VOTOS

DR. ALEX GONZALEZ CUSTODIO (RELATOR)

Presentes os pressupostos de admissibilidade e tempestivo o recurso, pelo que o conheço e passo a examinar as alegações recursais.

Não há relação de consumo entre as partes, pelo que a questão será resolvida com base no Código Civil, em direito de propriedade e lei de marcas e patentes.

Pelo que pude constatar, trata-se de alegação de **uso indevido de marca**, sustentando a autora que a ré está se utilizando da denominação "ALMANARA", a qual caracteriza seu empreendimento no Estado de São Paulo.



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Da parte da ré, afirma que tal expressão: "Al Manara", "Al-Manara" ou "Almanara" é uma **expressão comum no mundo árabe**, e significa ***Lugar de Luz ou Lugar Iluminado***.

Com a devida vênia da autora, mas a significação de "AL MANARA" para seu estabelecimento comercial diz apenas com o registro legal de funcionamento, ***justamente porque NÃO SE TRATA DE CRIAÇÃO DA AUTORA, MAS EXPRESSÃO DE USO COMUM ENTRE OS POVOS DE LÍNGUA ÁRABE***.

Seria o mesmo que a autora registrar seu restaurante de "***SALAMALEICO***" (SALAMU ALEIKON) e exigir exclusividade dessa expressão em todo Brasil, situação absurda, porque mesmo nós, ocidentais, **sabemos que se trata de expressão de saudação entre as pessoas**, SIGNIFICANDO "QUE A PAZ ESTEJA COM VOCÊ".

AL-MANARA na realidade é uma expressão árabe que significa ***sítio onde está a luz, a lanterna, o farol***, e, portanto, de uso comum em todo o mundo de língua árabe!

Por que aqui no Brasil seria de uso exclusivo de uma só família de origem árabe????



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

Estudando o significado da expressão, não fiquei surpreso em saber que ela tem origem no ano de 328 antes de Cristo!

como então atribuir exclusividade de seu uso???

Do Dicionário On Line da Língua Portuguesa:

Significado de Almenara

Substantivo feminino

Fachos ou faróis que, nas atalaias ou torres, serviam de sinal contra o inimigo, ou para outro fim qualquer.

Etimologia (origem da palavra almenara): do árabe al-manâra.

Repiso: como pretender ter uso exclusivo dessa expressão???

Somente com uma condição: dentro de cada uma de suas atividades de trabalho ou estabelecimento comercial, tendo convicção de que as próprias partes, descendentes de origem árabe, vão entender que essa expressão, assim como muitas outras centenas, são de uso comum de seu povo,



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

algumas delas de conhecimento do povo ocidental, como o “salamaleico – a paz esteja com você”, “maleicosalam – a paz esteja com você também”, “smalla’alik – que Deus proteja você”... e assim muitas outras. – DISCIONÁRIO ÁRABE – (libanês coloquial – <http://www.khanelkhalili.com.br/expresoes.htm>).

Registre-se que a Sentença Vergastada, a fls. 451-verso, *acertadamente declarou que a expressão “ALMANARA” se volta a publicidade da empresa da parte autora, no que se refere a restaurante., MAS CONCLUI EQUIVICADAMENTE QUE A AUTORA TEM EXCLUSIVIDADE SOBRE O USO DELA.*

Com a devida vênia, mas acerta no que diz com o uso da expressão “Almanara” para fins de registro de restaurante, mas não pode impedir o uso da mesma expressão para outras atividades que não a de restaurante, ou seja, *todas as demais atividades comerciais que levarem o nome “Almanara” como identificação NÃO CONCORREM COM A AUTORA*, porque não atuam o mesmo ramo de exploração comercial que ela.

E as jurisprudências utilizadas na Sentença não dizem com situação semelhante a dos autos, porque uma delas, de fls. 452, refere-se a marca



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

registrada, **mas não a expressão de uso comum registrada como marca**. Da mesma forma o Acórdão de fls. 452-verso, que fala em "acréscimo de predicado", o que não é o caso.

Agora, colaciono Acórdão que se adéqua ao caso como a mãe a uma luva, nesses termos:

Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL E INTELECTUAL. AÇÃO COMINATÓRIA CUMULADA COM PEDIDO DE INDENIZAÇÃO POR LUCROS CESSANTES. **USO DE EXPRESSÃO REGISTRADA COMO MARCA EM FERRAMENTA DE SITE DE PESQUISA. EXPRESSÃO GENÉRICA. EXCLUSIVIDADE NÃO RECONHECIDA. (GRIFEI)** Tratam-se recursos de apelação interpostos contra a sentença de procedência exarada em ação cominatória cumulada com pedido de indenização por lucros cessantes decorrente de violação de marca. NÃO CONHECIMENTO DA APELAÇÃO DA PRIMEIRA DEMANDADA - O interesse de recorrer se configura sempre que, do julgamento do recurso, possa advir, ao menos em tese, situação mais vantajosa para o recorrente do que aquela obtida por intermédio da decisão recorrida, o que só poderá ser alcançado pela via recursal. "In casu", a demanda foi julgada improcedente em relação à primeira demandada, razão pela qual imperioso mostra-se o não conhecimento do seu apelo, por ausência de interesse recursal. **PROTEÇÃO DA MARCA - Discute-se nos autos se faz jus a parte autora à proteção da expressão "multi aquecimento", registrada como marca perante o INPI, tendo em vista que as referidas palavras chaves são utilizadas pela segunda demanda através da ferramenta Google Adwords para redirecionar os resultados das buscas realizadas no site www.google.com.br.. De acordo com a prova pericial produzida no feito o termo "multi aquecimento" é resultante de elementos**



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

nominativos dicionarizados e carece de distintividade. Em que pese componha a denominação da parte autora, afigura-se expressão de uso comum e descrição genérica, sendo, por isso, inapropriável com exclusividade, ainda que registrada como marca. Ademais, o STJ já se manifestou sobre a mitigação da proteção da propriedade industrial em relação a marcas que constituam expressão de uso comum, a fim de evitar eventual monopólio no exercício do comércio. (GRIFEI) Ação julgada improcedente. Ônus sucumbenciais redimensionados. APELAÇÃO DA PRIMEIRA DEMANDADA NÃO CONHECIDA. APELAÇÃO DA SEGUNDA DEMANDADA PROVIDA. (Apelação Cível Nº 70057685414, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Sylvio José Costa da Silva Tavares, Julgado em 01/10/2015).

Por isso tenho convicção de que assiste razão à apelação da requerida ao alegar que a proteção decorrente do registro da marca perante o Órgão Oficial, não tem o condão de ensejar a procedência do pedido deduzido na exordial, mormente em se tratando de ***expressão de uso comum nos povos de origem árabe***.

Aliás, a própria Lei nº 9279/96, em seu art. 122/123, assim dispõe:

Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais. (GRIFEI)

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



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

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

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; e

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Todavia, no inc. VI do art. 124 do mesmo diploma legal acima referido, **com relação aos sinais não registráveis como marca**, estabelece:

Art. 124. Não são registráveis como marca:

VI - **sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir (GRIFEI)**, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

Da análise dos dispositivos mencionados, não se mostra possível estender a proteção outorgada pelo INPI ao uso da EXPRESSÃO "ALMANARA", EXPRESSÃO DE USO COMUM EM POVOS DE ORIGEM ÁRABE, como referido, ao



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

menos desde 328 antes de Cristo, não configurando concorrência desleal, porque utilizadas em área de atuação comercial diferentes.

A parte autora atua com excesso e abuso de direito no exercício do direito de uso da expressão de uso comum de todo povo de origem árabe, sendo, por isso, inapropriável com exclusividade, ainda que registrada como marca.

Aliás, o Superior Tribunal de Justiça já se manifestou sobre a mitigação da proteção da propriedade industrial em relação a marcas que constituam expressão de uso comum, a fim de evitar eventual monopólio no exercício do comércio.

Nesse sentido, esclarecer julgado da Corte Superior:

COMERCIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA EVOCATIVA. REGISTRO NO INPI. EXCLUSIVIDADE. MITIGAÇÃO. POSSIBILIDADE.

1. Marcas fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum, de pouca originalidade, atraem a mitigação da regra de exclusividade decorrente do registro, admitindo-se a sua utilização por terceiros de boa-fé.

2. O monopólio de um nome ou sinal genérico em benefício de um comerciante implicaria uma exclusividade inadmissível, a favorecer a detenção e o exercício do comércio de forma única, com prejuízo não apenas à concorrência empresarial - impedindo os demais industriais do ramo de divulgarem a fabricação de produtos semelhantes através



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

de expressões de conhecimento comum, obrigando-os à busca de nomes alternativos estranhos ao domínio público - mas sobretudo ao mercado em geral, que teria dificuldades para identificar produtos similares aos do detentor da marca.

3. A linha que divide as marcas genéricas - não sujeitas a registro - das evocativas é extremamente tênue, por vezes imperceptível, fruto da própria evolução ou desenvolvimento do produto ou serviço no mercado. **Há expressões que, não obstante estejam diretamente associadas a um produto ou serviço, de início não estabelecem com este uma relação de identidade tão próxima ao ponto de serem empregadas pelo mercado consumidor como sinônimas. Com o transcorrer do tempo, porém, à medida em que se difunde no mercado, o produto ou serviço pode vir a estabelecer forte relação com a expressão, que passa a ser de uso comum, ocasionando sensível redução do seu caráter distintivo.** Nesses casos, expressões que, a rigor, não deveriam ser admitidas como marca por força do óbice contido no art. (GRIFEI) 124, VI, da LPI, acabam sendo registradas pelo INPI, ficando sujeitas a terem sua exclusividade mitigada.

4. Recurso especial a que se nega provimento.

(REsp 1315621/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 04/06/2013, DJe 13/06/2013)

NESTES TERMOS, DOU PROVIMENTO AO APELO DO RÉU para REFORMAR a Sentença Vergastada e JULGAR IMPROCEDENTE o pedido do autor na inicial e DECLARAR que ele não tem direito ao uso exclusivo de expressão de uso comum do povo de origem árabe, limitando-se seu uso ao



AGC

Nº 70068751262 (Nº CNJ: 0085320-52.2016.8.21.7000)

2016/CÍVEL

exercício do comércio com restaurantes, não havendo limitação do uso da expressão "ALMANARA" por outras pessoas, descendentes ou não de árabes, desde que não seja na área de restaurantes e lanchonetes.

CONDENO o autor ao pagamento das custas processuais e honorários advocatícios, os quais fixo em R\$ 3.500,00.

CONDENO o autor ao pagamento de honorários recursais, os quais fixo em R\$ 3.500,00.

É o voto.

DES. LUÍS AUGUSTO COELHO BRAGA (PRESIDENTE) - De acordo com o(a) Relator(a).

DES.^a ELISA CARPIM CORRÊA - De acordo com o(a) Relator(a).

DES. LUÍS AUGUSTO COELHO BRAGA - Presidente - Apelação Cível nº 70068751262, Comarca de São Borja: "DERAM PROVIMENTO AO APELO. UNÂNIME"

Julgador(a) de 1º Grau: FREDERICO MENEGAZ CONRADO