

Valor: R\$ 40.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimento Comum Cível
10ª CÂMARA CÍVEL
Usuário: LUCIANO PEREIRA DE FREITAS GOMES - Data: 21/03/2025 09:03:29



APELAÇÃO CÍVEL Nº 5298528-78.2024.8.09.0051

COMARCA DE GOIÂNIA

APELANTE: FEIJU EXPRESS LTDA.

APELADO: FH EVENTOS LTDA.

RELATOR: Desembargador WILSON SAFATLE FAIAD

EMENTA: DIREITO EMPRESARIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. REGISTRO DE MARCA MISTA. EXPRESSÃO DE USO COMUM. AUSÊNCIA DE EXCLUSIVIDADE SOBRE ELEMENTO NOMINATIVO. INEXISTÊNCIA DE CONFUSÃO ENTRE OS SINAIS DISTINTIVOS. IMPROCEDÊNCIA DO PEDIDO DE ABSTENÇÃO DE USO E INDENIZAÇÃO POR DANOS.

I. CASO EM EXAME

1. Apelação cível interposta contra sentença que julgou improcedentes os pedidos de abstenção de uso da marca “FEIJÚ GOIÂNIA” e indenização por danos materiais e morais, sob o fundamento de que a expressão “Feijú” constitui termo genérico e de uso comum, não ensejando direito exclusivo de uso.

II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. A questão em discussão consiste em saber:

- i) se o registro de marca mista junto ao INPI confere exclusividade sobre a expressão “Feijú”;
- ii) se há semelhança suficiente entre os sinais distintivos para caracterizar violação de direito marcário;
- iii) se há risco de confusão entre as marcas que justifique a abstenção de uso e indenização.

III. RAZÕES DE DECIDIR

3. O registro de marca mista confere proteção à composição gráfica do sinal distintivo, mas não assegura exclusividade sobre elementos nominativos genéricos e de uso comum, conforme o art. 124, VI, da Lei nº 9.279/96.



4. A expressão "Feijú" tem evidente caráter descritivo e evocativo, sendo associada ao prato típico "feijoada", o que impede sua apropriação exclusiva por um único titular.

5. A marca utilizada pela apelada não reproduz a composição gráfica da marca da apelante, tampouco elementos figurativos idênticos, inexistindo confusão suficiente para ensejar a vedação ao uso.

6. O Superior Tribunal de Justiça consolidou o entendimento de que marcas fracas ou evocativas devem suportar a coexistência com outras semelhantes, desde que não induzam o consumidor a erro (REsp 1.819.060/RJ).

7. Inexistente a possibilidade concreta de confusão entre os consumidores, não há justificativa para a abstenção de uso da marca pela apelada, tampouco para condenação em danos morais ou materiais.

IV. DISPOSITIVO E TESE

8. Recurso conhecido e desprovido.

Teses de julgamento:

"1. O registro de marca mista não confere exclusividade sobre expressões genéricas ou descritivas que integrem o sinal distintivo, sendo necessária uma forma distintiva para assegurar exclusividade de uso."

"2. Termos evocativos ou comuns ao segmento de mercado não são passíveis de apropriação exclusiva, devendo suportar a coexistência com marcas semelhantes."

"3. A ausência de semelhança gráfica e de risco efetivo de confusão entre as marcas utilizadas pelas partes inviabiliza a imposição de abstenção de uso ou indenização."

Dispositivos relevantes citados: Lei nº 9.279/96, arts. 122 e 124, VI; CPC, art. 927.

Jurisprudência relevante citada: STJ, REsp 1.819.060/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, Terceira Turma, DJe de 26/02/2020

VOTO

Ratifico o relatório lançado no movimento nº 39.

Trata-se de Apelação Cível interposta por **FEIJU EXPRESS LTDA.** em



ataque a sentença proferida pelo Juiz da 21ª Vara Cível da Comarca de Goiânia, Dr. Marcelo Pereira de Amorim, nos autos da Ação de Conhecimento movida em desfavor de **FH EVENTOS LTDA.**

Colhe-se da digladiada sentença, e a este relatório incorporo:

Narra a parte autora em sua petição inicial que registrou sua marca "FEIJÚ GOURMET" & "FEIJÚ FEIJOADA GOURMET EXPRESS" no ano de 2018 e 2020, junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial, conforme certificados nº 912194790 e 918232465, com o objetivo de resguardar sua imagem e marca, para que os consumidores se familiarizem com seus produtos.

Narrou ainda que recentemente se deparou com empresa requerida, que também atua no mercado de eventos, sendo concorrente direta da autora, utilizando de maneira indevida das marcas da autora por meio do nome "FEIJÚ GOIÂNIA", a qual colide frontalmente com suas marcas registradas acima mencionadas.

Informou ainda que notificou extrajudicialmente a empresa requerida para que ela se abstivesse de utilizar a marca de maneira amigável. Porém, a mesma negou o uso indevido da marca.

Vem a Juízo, portanto, para o fim de obter a proibição da utilização da marca "FEIJÚ GOIÂNIA" pela parte ré, bem como ser indenizada pelos danos que alega ter suportado, somado a condenação da parte ré ao pagamento das custas processuais e honorários sucumbenciais.

Sobreveio sentença (movimentação 28) através da qual o juiz na singela instância houve por bem julgar improcedentes os pedidos iniciais. Eis o teor do guerreado decreto judicial:

Considerando, pois, que o termo "Feijú" é de uso comum e associado diretamente à feijoada, um prato típico da culinária nacional, bem como a ausência de elementos que demonstrem a possibilidade de confusão ou prejuízo significativo aos direitos da autora, a improcedência dos pedidos iniciais é a medida que se impõe.

EX POSITIS, julgo improcedentes os pedidos formulados pela parte autora.

Condeno a parte autora ao pagamento das custas e honorários advocatícios, estes fixados em 10% (dez por cento) sobre o valor atualizado da causa, nos termos do art. 85, § 2º do CPC.



Irresignado o autor aporta recurso de apelação (movimentação 31), através da qual defende a reforma da sentença.

Presentes os pressupostos intrínsecos e extrínsecos de admissibilidade, conheço da apelação cível.

Conforme se depreende dos documentos jungidos com a peça inicial, os Certificados de Registro de Marca, emitidos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, noticiam a existência de dois registros titularizados por Feiju Express Ltda-ME, ora autora/apelante, sendo que ambos consubstanciam “marca mista”.

Nos termos do art. 122 da Lei nº 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial), “são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais”.

Em consulta ao Manual de Marcas do INPI¹ colhe-se que “marca é o sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa”.

O mesmo manual dá conta de que “no que se refere às formas gráficas de apresentação, as marcas podem ser classificadas em nominativa, figurativa, mista, tridimensional e de posição”. Eis as conceituações apresentadas:

a) Nominativa: “Marca nominativa, ou verbal, é o sinal constituído por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantasiosa ou figurativa”.

b) Figurativa: “Marca figurativa ou emblemática é o sinal constituído por: Desenho, imagem, figura e/ou símbolo; Qualquer forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente, ou acompanhado por desenho, imagem, figura ou símbolo; Palavras compostas por letras de alfabetos distintos da língua vernácula, tais como hebraico, cirílico, árabe etc; Ideogramas, tais como o japonês e o chinês. Nas duas últimas hipóteses elencadas, a proteção legal recai sobre a representação gráfica das letras e do ideograma em si, e não sobre a palavra ou expressão que eles representam, ressalvada a hipótese de o requerente indicar, no requerimento, a palavra ou o termo que o ideograma representa, desde que compreensível por uma parcela significativa do público consumidor, caso em



que se interpretará como marca mista”.

c) Mista: “Marca mista, ou composta, é o sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresente sob forma fantasiosa ou estilizada”.

d) Tridimensional: “Marca tridimensional é o sinal constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizar os produtos ou serviços a que se aplica. Para ser registrável, a forma tridimensional distintiva de produto ou serviço deverá estar dissociada de efeito técnico”.

e) De posição: “Considera-se marca de posição aquela formada pela aplicação de um sinal em uma posição singular e específica de um determinado suporte, resultando em conjunto distintivo capaz de identificar produtos ou serviços e distingui-los de outros idênticos, semelhantes ou afins, desde que a aplicação do sinal na referida posição do suporte possa ser dissociada de efeito técnico ou funcional.

No caso em desate, ambas marcas registradas junto ao INPI e titularizadas pela autora, ora apelante, são de modalidade mista, o que, como visto, é o resultado da combinação de elementos nominativos e figurativos, ou seja, a composição e formatação das características apresentadas em ambos os registros. Confira-se:



Com o registro a Apelante garantiu a exclusividade na utilização da marca mista acima reproduzida – composta pela combinação dos elementos nominativos e figurativos (fontes, cores e figuras) apresentados – mas não a exclusividade da utilização do termo “feijú”, como parecer fazer crer.

Em comparação com a marca utilizada pela ré, ora apelada, é possível verificar que não apresenta os mesmos elementos figurativos (fontes, cores e figuras), de modo que a utilização do mesmo elemento nominativo (“feijú”) não é capaz de violar o direito à exclusividade garantida pela autora, ora apelante, com os registros realizados junto ao INPI.



Vejamos a marca veiculada pela ré, ora apelada:



O que se vê é que a marca utilizada pela apelada não reproduz a composição gráfica da marca da apelante, tampouco elementos figurativos idênticos, inexistindo confusão suficiente para ensejar a vedação ao uso.

Com acerto o condutor do feito na origem consignou que “o termo 'feijú' possui caráter descritivo, tendo origem na palavra 'feijoada', prato tradicional da culinária brasileira”, e “conforme a lei retromencionada (Lei nº 9.279/96) e jurisprudência pacificada, não é possível garantir exclusividade para expressões de uso comum na língua portuguesa (ou estrangeira), especialmente quando associadas a produtos ou serviços que evocam diretamente a natureza dos mesmos, como é o caso da palavra 'feijú' para eventos ou produtos relacionados à feijoada”.

Segundo o art. 124 da Lei nº 9.279/96 “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, 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; (...) XVIII - sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, 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”.

Portanto, vocábulos genéricos, de uso comum, e que designam produtos ou serviços inseridos no segmento de atuação da sociedade, não são registráveis.

Para Denis Borges Barbosa (*in* Proteção das Marcas – Uma Perspectiva Semiológica. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. 76/79) “nos termos genéricos não é possível a exclusividade, pois haveria uma apropriação singular do que pertence ao domínio comum”. Continua o autor: “São genéricas tanto as denominações originalmente vinculadas ao produto ou serviço, quanto aquelas que, pelo uso, se tornaram necessárias ao processo de comunicação”.

A conclusão a que se chega é no sentido de que o registro de marca mista confere proteção à composição gráfica do sinal distintivo, mas não assegura exclusividade sobre elementos nominativos genéricos e de uso comum, conforme o art. 124, VI, da Lei nº 9.279/96.

O Superior Tribunal de Justiça já se manifestou no sentido de que, "marcas dotadas de baixo poder distintivo, formadas por elementos de uso comum, evocativos, descritivos ou sugestivos, podem ter de suportar o ônus de coexistir com outras semelhantes" (REsp 1.819.060/RJ, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, DJe de 26/2/2020).

No mesmo sentido destaco:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. MARCA. EXPRESSÃO DE USO COMUM. DECISÃO MANTIDA. 1. Conforme a jurisprudência consolidada desta Corte, 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". (STJ, REsp n. 1.582.179/PR, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 9/8/2016, DJe 19/8/2016). 2. Agravo interno a que se nega provimento." (AgInt no AREsp n. 1.218.140/ES, relator Ministro Antonio Carlos Ferreira, Quarta Turma, julgado em 16/5/2019, DJe de 23/5/2019)

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. REGISTRO DE MARCA. AÇÃO DE



ANULAÇÃO DE ATO ADMINISTRATIVO. TERMO "FORNERIA". VOCÁBULO GENÉRICO. CARÁTER NÃO REGISTRÁVEL. ART. 124, VI, DA LPI. AGRAVO NÃO PROVIDO. 1. Marcas fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva atraem a mitigação da regra de exclusividade do registro e podem conviver com outras semelhantes. Precedentes do STJ" (AgInt no REsp 1.338.834/SP, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, DJe de 23/02/2017). 2. O termo "FORNERIA", corriqueiro no idioma italiano, é vocábulo genérico, que remete o público imediatamente ao ramo de gastronomia em que inserida a atuação da empresa. Vocábulos genéricos, de uso comum, que designam produtos ou serviços inseridos no segmento de atuação da empresa, não são registráveis, nos termos do art. 124, VI, da LPI. 3. Agravo interno não provido. (STJ, AgInt no AREsp n. 1.324.413/RJ, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 27/11/2018, DJe de 12/12/2018)

Dessa forma, a utilização do termo "feijú" – elemento nominativo que compõe a marca da autora, ora apelante – consubstancia elemento genérico e comum, além de ser característica indicativa dos serviços prestados por ambas as partes, razão pela qual a pretensão perpetrada na inicial não merece prosperar.

Ainda que assim não fosse, conforme já explanado anteriormente, o resultado da combinação dos elementos nominativos e figurativos nas marcas utilizadas por ambas as partes – desconsiderando-se o elemento "feijú" – em nada se assemelham ou aproximam, razão pela qual não há de se cogitar risco de causar confusão perante os consumidores ou público em geral.

Como bem consignou o Magistrado sentenciante, "o incidente isolado apontado pela autora — o erro de marcação por parte de uma influenciadora — é insuficiente para demonstrar uma possibilidade concreta de confusão generalizada entre as marcas".

O Superior Tribunal de Justiça, guardadas as devidas proporções já decidiu nesse mesmo sentido:

RECURSO ESPECIAL. CERCEAMENTO DE DEFESA. NÃO OCORRÊNCIA. AUSÊNCIA DE DESPACHO SANEADOR. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE. NULIDADE. AFASTAMENTO. DIREITOS AUTORAIS. TITULAR ORIGINÁRIO DE OBRA MUSICAL. TÍTULO DA OBRA. NOME DE ESTABELECIMENTO COMERCIAL. USO INDEVIDO. UTILIZAÇÃO PARASITÁRIA. NÃO OCORRÊNCIA. EXPRESSÃO DE USO COMUM. ÁREA LITORÂNEA. HOMENAGEM À CULTURA LOCAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA REGISTRADA. INAPLICABILIDADE. HONORÁRIOS SUCUMBENCIAIS. PATAMAR EXCESSIVO. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.



1. A controvérsia jurídica consiste em definir se houve violação a direito de autor por parte do recorrido, que utilizou o título de obra musical de cantor já falecido como nome de seu estabelecimento comercial (arts. 7º, V, 10 e 29 da Lei nº 9.610/98).

2. Conforme fixado no Tema Repetitivo nº 437 do STJ, "não configura cerceamento de defesa o julgamento antecipado da lide, ante os elementos documentais suficientes".

3. Esta Corte Superior entende que não é nula a sentença proferida em julgamento antecipado da lide, sem prolação de despacho saneador, desde que estejam presentes nos autos elementos necessários e suficientes à sua solução.

4. O gênero propriedade intelectual abrange a proteção ao direito autoral (direitos de autor, direitos conexos e programas de computador), a proteção à propriedade industrial (patentes de invenção e de modelos de utilidade, marcas, desenho industrial, indicação geográfica e repressão à concorrência desleal) e a proteção sui generis (cultivares, topografia de circuito integrado e conhecimento tradicional). Cada uma dessas categorias tem seus próprios institutos e bens jurídicos protegidos, assim como suas respectivas formas de tutela, de modo que seus conceitos e abrangência não se confundem. Na hipótese, a proteção da marca deferida pelo INPI aos recorrentes não se confunde e nem se estende à proteção dada pelo direito autoral à obra musical.

5. A expressão "do Leme ao Pontal", muito antes de dar título à obra musical dos recorrentes, refere-se ao trecho da área litorânea do município do Rio de Janeiro/RJ.

6. Conforme dispõe a lei, os nomes e títulos, tomados isoladamente, não são objeto de proteção como direitos autorais, haja vista que a garantia se estende à integralidade da obra intelectual (no caso, a música), considerada em seu conjunto. Desse modo, o título "do Leme ao Pontal", por si só, não é objeto de proteção intelectual (art.

8º, VI, da Lei nº 9.610/98).

7. Da mesma forma, a marca mista "do Leme ao Pontal", registrada pelos recorrentes nos termos da Lei nº 9.279/96, não lhes confere exclusividade de uso da parte nominativa "do Leme ao Pontal". Assim, nada impede que o recorrido se utilize de referida expressão para dar nome ao seu estabelecimento comercial.

8. Recurso especial parcialmente conhecido e parcialmente provido apenas para reduzir a verba sucumbencial fixada pela corte local.

(REsp n. 2.152.321/SP, relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em 1/10/2024, DJe de 4/10/2024.)

RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. AÇÃO DE NULIDADE. ATOS ADMINISTRATIVOS. INSTITUTO NACIONAL DA



PROPRIEDADE INDUSTRIAL. PEDIDOS DE REGISTRO. INDEFERIMENTO. MARCA MISTA. THERASKIN HARMONIA NA PELE. ART. 124, VII, DA LEI 9.279/96. CARACTERIZAÇÃO DA MARCA APENAS COMO MEIO DE PROPAGANDA. NÃO OCORRÊNCIA. RECURSO PROVIDO.

1. Ação distribuída em 6/9/2018. Recurso especial interposto em 25/7/2022.

Autos conclusos à Relatora em 29/3/2023.

2. O propósito recursal consiste em verificar a higidez dos atos administrativos que indeferiram pedidos de registro de marca mista formulados pela recorrente.

3. Segundo a legislação de regência, ?São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais? (art. 122 da LPI).

4. No art. 124 da citada lei encontram-se previstas as hipóteses em que o registro de marcas é vedado. No que interessa à espécie, destaca-se o que dispõe o inciso VII desse artigo: não é registrável como marca ?sinal ou a expressão empregada apenas como meio de propaganda?.

5. A doutrina esclarece que, na proibição legal, recai a legenda, o anúncio, a palavra e/ou combinação de palavras, desenhos, gravuras, originais e característicos, destinados exclusivamente à publicidade com o objetivo de atrair usuários.

6. O Manual de Marcas do INPI estabelece que ?a aplicação do inciso VII do art. 124 da LPI deve ser criteriosa, sendo aplicada apenas quando o caráter exclusivo de propaganda do sinal estiver evidenciado?.

7. O exame da distintividade do sinal, para fins de ser franqueado o registro de marca, deve considerar, segundo orientação da autarquia competente, ?a impressão gerada pelo conjunto marcário, em suas dimensões fonética, gráfica e ideológica, bem como a função exercida pelos diversos elementos que o compõem e seu grau de integração?.

8. Destarte, a mera circunstância de um signo ser constituído, dentre outros elementos, por expressão de propaganda é insuficiente para conduzir, automaticamente, à conclusão de que o sinal, como um todo, não preencha os pressupostos necessários para exercer a função de marca.

9. No particular, o que se verifica dos pedidos de registro efetuados pela recorrente é que, apesar de o conjunto marcário conter, de fato, elemento com finalidade publicitária (representado pela expressão HARMONIA NA PELE), este não se revela determinante para caracterizar a marca em questão apenas como sinal de propaganda, sobretudo em razão da presença de outros elementos nominativos e figurativos que lhe asseguram a distintividade exigida pela LPI. Registrabilidade da marca reconhecida.

10. À recorrente, todavia, não se pode conferir direito de exclusividade



quanto ao uso isolado da expressão HARMONIA NA PELE, pois sua configuração como sinal de propaganda torna-a insuscetível de apropriação.

Necessidade de apostilamento da restrição.

11. Recurso especial provido.

(REsp n. 2.105.557/RJ, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 13/8/2024, DJe de 15/8/2024.)

PROPRIEDADE INDUSTRIAL. RECURSO ESPECIAL. DIREITO MARCÁRIO. AÇÃO DE ANULAÇÃO DE ATO ADMINISTRATIVO. REGISTRO DE MARCA. "ROSE & BLEU". USO EXCLUSIVO. IMPOSSIBILIDADE. CORES E DENOMINAÇÕES (LPI, ART. 124, VIII). TERMOS NOMINATIVOS SUGESTIVOS (LPI, ART. 124, VI). RECURSO DESPROVIDO.

1. "Nos termos da jurisprudência desta Corte, marcas dotadas de baixo poder distintivo, formadas por elementos de uso comum, evocativos, descritivos ou sugestivos, podem ter de suportar o ônus de coexistir com outras semelhantes" (REsp 1.819.060/RJ, Relatora MINISTRA NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma, DJe de 26/2/2020).

2. Os elementos nominativos da marca "ROSE & BLEU" não alcançam distintividade suficiente a merecer a proteção almejada pela recorrente - uso exclusivo -, pois, além de tratarem de signos referentes a cores, que não são registráveis, configuram expressão sugestiva que possui laço conotativo com a atividade comercial desempenhada pela sociedade.

3. Nesse contexto, nos termos do art. 124, VI e VIII, da Lei da Propriedade Industrial (LPI), e da jurisprudência do STJ, não merece reforma o acórdão recorrido que confirmou o registro concedido pelo INPI, autorizando apenas o uso da marca mista - elementos nominativos acrescidos de estilização visual - e negando o pedido de uso exclusivo dos elementos nominativos.

4. Recurso especial a que se nega provimento.

(REsp n. 1.339.817/RJ, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 11/10/2022, DJe de 26/10/2022.)

Em arremate, a expressão "Feijú" tem evidente caráter descritivo e evocativo, sendo associada ao prato típico "feijoada", o que impede sua apropriação exclusiva por um único titular.

Ante o exposto CONHEÇO da apelação cível e a ela NEGO PROVIMENTO, a fim de manter hígida a sentença recorrida



Nos termos do art. 85, §11, do CPC, majoro a verba honorária sucumbencial para 12% (doze por cento) sobre o valor atualizado da causa.

É o voto.

Desembargador WILSON SAFATLE FAIAD

Relator

(Datado e assinado digitalmente, conforme os artigos 10 e 24 da Resolução n. 59/2016 do TJGO).

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível, acordam os componentes da Segunda Turma Julgadora da Décima Câmara Cível do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás, à unanimidade de votos, em conhecer e desprover o recurso, nos termos do voto do Relator. Presente na sessão de julgamento Dra. Sarah Alves Nascente, pela apelada

Votaram, além do Relator, os Desembargadores Silvânio Divino de Alvarenga e Altamiro Garcia Filho.

Presidiu a sessão o Desembargador Altamiro Garcia Filho.

Presente, o Procurador de Justiça, Dr. Abraão Júnior Miranda Coelho.

Goiânia, datado e assinado digitalmente.

Desembargador WILSON SAFATLE FAIAD



Relator

(Datado e assinado digitalmente, conforme os artigos 10 e 24 da Resolução n. 59/2016 do TJGO).

1 https://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#23-Formas-de-apresenta%C3%A7%C3%A3o

Valor: R\$ 40.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimento Comum Cível
10ª CÂMARA CÍVEL
Usuário: LUCIANO PEREIRA DE FREITAS GOMES - Data: 21/03/2025 09:03:29

