



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO
ACÓRDÃO/DECISÃO MONOCRÁTICA
REGISTRADO(A) SOB Nº

5

ACÓRDÃO



Vistos, relatados e discutidos estes autos de
Apelação n° 994.08.042224-9, da Comarca de São Paulo,
em que é apelante PROCTER E GAMBLE INDUSTRIAL E
COMERCIO LTDA sendo apelado ASSOLAN INDUSTRIAL LTDA.

ACORDAM, em 3ª Câmara de Direito Privado do
Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte
decisão: "NEGARAM PROVIMENTO AO RECURSO. V. U. NÃO
CONHECERAM O AGRAVO RETIDO.", de conformidade com o
voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos
Desembargadores BERETTA DA SILVEIRA (Presidente) e
ADILSON DE ANDRADE.

São Paulo, 09 de fevereiro de 2010.

DONEGÁ MORANDINI
RELATOR



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

3ª Câmara de Direito Privado

Apelação Cível n. 615.246-4 (994.08.042224-9)

Comarca: São Paulo

Apelante: Procter & Gamble Industrial e Comércio Ltda

Apelada: Assolan Industrial Ltda

Voto n. 14.245

Marca. Ação de abstenção de uso de marcas, cumulada com indenização. Agravo retido. Ausência da providência prevista no artigo 523, parágrafo 1º, do Código de Processo Civil. Não conhecimento. Marcas "ACE" e "ASSIM". Ausência de possibilidade de confusão entre elas. Inteligência do disposto no artigo 209 da Lei n. 9.279, de 1996. Improcedência da demanda preservada. AGRAVO RETIDO NÃO CONHECIDO, COM DESPROVIMENTO DO APELO.

1.- Ação de abstenção de uso de marcas, cumulada com indenização, julgada improcedente pela r. sentença de fls. 1.583/1.585, de relatório adotado.

Embargos de declaração às fls. 1.591/1.598, rejeitados às fls. 1.600.

Apela a autora. Insiste, pelas razões apresentadas às fls. 1.603/1.657, na inversão do julgado, condenando-se a ré a cessar o uso, a qualquer título e sob qualquer forma, das marcas "ASSIM" e



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

ASSOLAN ASSIM, sob pena de multa diária, bem como reparar os danos causados pela violação dos direitos autorais e prática de concorrência desleal.

Contra-razões às fls. 1.672/1.687.

Agravo retido às fls. 842/860.

É o RELATÓRIO.

2.- Pela ausência da providência prevista no artigo 523, parágrafo 1º, do Código de Processo Civil, não se conhece do agravo retido interposto pela ré às fls. 842/860.

Insubsistente, no mais, o apelo deduzido pela autora, preservando-se a improcedência da presente ação de abstenção de uso de marcar, cumulada com indenização.

Com efeito.

Centra-se a demanda na alegação de que a ré lançou um produto (lava roupas) sob a marca ASSIM, aproveitando-se do jingle/ slogan de produto da autora, ou seja, o detergente em pó ACE.



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Relevante, na diretriz traçada pelo artigo 209 da Lei n. 9.279, de 1996, é a possibilidade de confusão entre os referidos produtos, fato que, pese a conclusão pericial de fls. 1.018, não se verifica na espécie dos autos. ARNALDO RIZZARDO, citando precedente do Superior Tribunal de Justiça, destaca que **"cumpre verificar se presente semelhança que baste para confundir"** (Direito das Coisas, 2ª Edição, Editora Forense, página 778).

A marca ACE não se assemelha, gráfica ou foneticamente, com a marca ASSIM.

Tampouco, as embalagens dos produtos, conforme se observa às fls. 1.126/1.160, guardam qualquer correspondência, com marcante distinção de coloração dos invólucros.

Distintas as marcas e as respectivas embalagens, inviável o reconhecimento das violações imputadas à ré, vez que, repita-se, impossível a confusão entre os referidos produtos. Nem se argumente no sentido do indevido aproveitamento do jingle/slogan da apelante pela recorrida; a r. sentença, neste particular, afastou, com precisão, a referida alegação, deixando assentado às fls. 1.584: "A parte principal ou núcleo criativo da obra musical publicitária e da expressão de propaganda da autora



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

não é o advérbio "assim", mas a marca ACE, facilmente destacada do restante e fixada na memória popular como sinônimo de brancura precisamente porque substitui no conjunto da obra musical e do sinal de propaganda a conhecida expressão "ah se...". Entre as expressões ACE (Ah se...) e ASSIM, como já destacado, ausente qualquer possibilidade de confusão entre elas perante o público consumidor.

A questão, inclusive, não é nova a esta Câmara que, nos autos da ação promovida pela apelada contra a apelante, registrou: "Incontroverso que a requerida é detentora da marca "Ace", aplicada, entre outros produtos, ao sabão em pó por ela fabricado. Também inquestionável que a autora se vale da marca "Assim" para denominação do mesmo produto (sabão em pó). As marcas "Ace" e "Assim", às claras, são distintas, não ostentando qualquer potencial de gerar confusão no mercado. Não se desconhece, por outro lado, que a palavra "assim" é empregada no slogan publicitário da requerida ("Ace todo branco fosse assim"), circunstância, inclusive, que embasou o pedido de cessação de fls. 45/47). Todavia, a expressão "assim" utilizada no slogan publicitário da requerida não integra a sua marca "Ace", sendo que a mesma, embora denominativa do produto fabricado pela autora, é despida de eficácia a instalar" dúvida a respeito. O sabão em pó fabricado pela requerida é



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

conhecido pela marca "Ace" e não pela expressão "assim" inserida na sua campanha publicitária" (Apelação Cível com Revisão n. 427.955-4/6-00, da Comarca de São Paulo, desta Relatoria, julgamento em 27 de março de 2007, fls. 1.217/1.222).

É o quanto basta à confirmação da r. sentença de fls. 1.583/1.583, anotando-se que "o Poder Judiciário, para expressar sua convicção, não está obrigado a pronunciar-se sobre todos os argumentos suscitados pelas partes, senão sobre os necessários ao deslinde da controvérsia" (Superior Tribunal de Justiça, AgRg no Ag 962257/MG, Quarta Turma, Relator Ministro Aldir Passarinho Junior, julgamento 10/06/2008).

Isto posto, não se conhece do agravo retido, negando-se provimento ao apelo interposto pela autora.



Donegá Morandini
Relator