

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

4ª CÂMARA CÍVEL

APELAÇÃO CÍVEL Nº 36455/07

Apelante : COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS AMBEV

Apelado : CERVEJARIA PETRÓPOLIS S/A

Relator: Desembargador SIDNEY HARTUNG BUARQUE

APELAÇÃO CÍVEL – INDENIZAÇÃO. CONCORRÊNCIA DESLEAL. RÓTULOS DE CEVEJAS SEMELHANTES. MARCA COMERCIALIZADA PELA APELADA COM RÓTULO SEMELHANTE AO DA APELANTE. DIREITO MARCÁRIO. Semelhança de cores que não é de molde a induzir o consumidor em erro ao adquirir produto que não quer. A habitualidade em seu consumo faz com que todo usuário demonstre a sua preferência por determinada marca. Inaplicável à hipótese presente tanto o art. 2º, inc. V e art. 195, inc. III da Lei de Propriedade Industrial. Falta de ofensa ao desenvolvimento tecnológico ou econômico decorrente de concorrência desleal. Falta de evidência de emprego de meio fraudulento visando se apropriar de clientela alheia. **IMPROVIMENTO DO APELO.**

VISTOS, relatados e discutidos estes autos de APELAÇÃO CÍVEL Nº 36455/07, em que é Apelante COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS AMBEV e Apelado CERVEJARIA PETRÓPOLIS S/A.

ACORDAM os Desembargadores desta **E. 4ª Câmara Cível** do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, **POR UNANIMIDADE, em NEGAR PROVIMENTO ao recurso, mantendo-se a sentença por seus próprios fundamentos na forma Regimental.**

Trata-se de demanda indenizatória em que pretende a parte autora obrigar a suplicada a não permanecer com a concorrência desleal referente ao fato de que o rótulo do produto da ré, (cerveja *Crystal Itaipava*) tem a mesma embalagem da cerveja “*Brahma Chopp*”.

Aduz que a suplicada, na verdade, visa enriquecimento ilícito, pois ostenta rótulo “familiar” com as cervejas de propriedade da autora.

A sentença julgou improcedente o pedido inicial, recorrendo a autora com lastro em seus pronunciamentos anteriores e descrevendo o histórico da embalagem da cerveja “*Brahma Chopp*” e sua associação imediata do consumidor.

Diz, ainda, que apelada adotou cópia inequívoca da embalagem do produto da recorrente, o que se confirma com o laudo pericial.

Tecido este breve resumo, facilmente se vislumbra que o ponto convergente da matéria a se desatar é, se efetivamente os rótulos adotados pela apelada guardam por finalidade a apropriação indevida da embalagem da autora o que caracterizaria concorrência desleal.

Em primeira abordagem, não se pode deixar de se relevar uma circunstância do dia-a-dia daqueles que consomem este produto, qual seja, a cerveja.

A habitualidade em seu consumo faz com que todo usuário demonstre a sua preferência por determinada marca e, às vezes, por mais de uma marca, e, neste aspecto, a identidade do rótulo se torna totalmente irrelevante porque o consumidor ao fazer uso do produto o faz por seu sabor e características naturais e não pelo que consta na sua embalagem. Melhor dizendo, o consumo da cerveja é conseqüência de suas qualidades, a critério daquele que faz uso da mesma, sendo, por conseqüência, irrelevante qualquer semelhança quanto a seus rótulos.

E, de novo insistindo: o sabor do produto é, na verdade, o que destaca o seu consumo.

Facilmente se atinge este entendimento, pois ao adquirir o produto em questão, ou no mercado, ou no bar, o rótulo não atrai o consumidor, mas sim a cerveja que ele pretende adquirir.

Se é *Brahma*, *Crystal* ou *Itaipava*, isto é indiferente ao consumidor. Se os rótulos se assemelham, isto jamais vai confundir o consumidor já que a aparente identidade entre os rótulos para ele não tem relevância.

A questão quanto ao direito de uso dos envólucros assemelhados torna-se totalmente irrelevante.

Além disso, não se olvide que atualmente tanto a cerveja *Crystal* quanto a *Itaipava* têm se utilizado de um lacre higiênico que já a diferenciam de qualquer outra marca de cerveja e nem se vê o acentuado pela Apelante, no que tange à identidade de cores o que poderia caracterizar a concorrência desleal, já que os próprios rótulos mostram tons de cores totalmente diferenciados.

È verdade que o laudo pericial aponta para o fato de que a cerveja *Crystal* utilizou de corpo figurativo semelhante ao da cerveja *Brahma*, tendo com este comportamento o condão de conduzir o consumidor em erro através de associação indevida e confusão.

Ora, com todas as vênias ao *expert* do Juízo deve-se considerar que o laudo pericial ao ser conclusivo, não pode admitir possibilidade ou não de ocorrer certo fato.

E nem vamos aqui tecer considerações profundas, como muito bem fez o douto sentenciante no que tange a estar ou não o magistrado adstrito ao laudo pericial, pois, a própria forma como descreve a perícia no que tange à possibilidade de induzimento ao consumidor é órfã de qualquer elemento comprobatório de que aquele que adquire produtos desta natureza se veja envolvido pela aparência e adquira o que não quer adquirir.

Inclusive, o douto sentenciante bem ressalta que:

“a comparação visual trazida pela nobre perita do Juízo às fls. 484,507 e 508, dos rótulos das cervejas em tela, da autora e da ré, nos leva a concluir pela grande diferença existente entre os mesmos e “impossibilidade de troca dos produtos por qualquer cidadão comum que os veja, seja de perfil ou frontalmente””.

E nem se insista quanto à questão da coloração das mesmas, pois em outros rótulos, de outras cervejas, há o destaque para esta coloração sem que este seja o motivo para ludibriar o consumidor.

Acentue-se, finalmente, para que nenhuma dúvida percorra o total desate da matéria que é totalmente inaplicável à hipótese presente tanto o art. 2º, inc. V e art. 195, inc. III da Lei de Propriedade Industrial, pois que nenhuma ofensa se verificou atingindo desenvolvimento tecnológico ou econômico decorrente de concorrência desleal, eis que não há qualquer evidência de emprego de meio fraudulento visando se apropriar de clientela alheia.

Por estas razões, NEGA-SE PROVIMENTO ao recurso, mantendo-se a sentença por seus próprios fundamentos na forma Regimental.

Rio de Janeiro, 13 de novembro de 2007.

SIDNEY HARTUNG,
Desembargador Relator.