



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

**Registro: 2018.0000706884**

**ACÓRDÃO**

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação nº 1093251-56.2017.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que é apelante UNILEVER BRASIL LTDA, é apelado GFG COSMÉTICOS LTDA.

**ACORDAM**, em 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Deram provimento ao recurso. V. U.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores MAURÍCIO PESSOA (Presidente) e CLAUDIO GODOY.

São Paulo, 10 de setembro de 2018

**RICARDO NEGRÃO**

**RELATOR**

**Assinatura Eletrônica**



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

VOTO Nº : 36.616 (EMP – DIG – P)  
APEL. Nº : 1093251-56.2017.8.26.0100  
COMARCA : SÃO PAULO  
APTE. : UNILEVER BRASIL LTDA.  
APDA. : GFG COSMÉTICOS LTDA.

PROPRIEDADE INDUSTRIAL – Trade dress – Marca de amido de milho “Maizena” e produto capilar “Alisena” – Apresentação de produtos pela ré com mesmo padrão visual utilizado por empresa que explora conjunto-imagem bastante tradicional – Hipótese em que os produtos se destinam a finalidades distintas, não estando descaracterizados, entretanto, o parasitismo e a deslealdade concorrencial – Possibilidade de indevida associação entre os produtos não descartada, e manifesta apropriação indevida da demandada sobre o investimento da empresa mais tradicional na construção de sua marca – Inibitória procedente – Apelação provida.

RESPONSABILIDADE CIVIL – Lucros cessantes – Trade Dress – Direito de exclusividade violado pela ré – Incontroversa produção e comercialização de produtos nas configurações consideradas violadoras – Nexo causal evidenciado – Apuração do quantum debeatur na fase de liquidação da sentença, mediante exame dos livros contábeis e notas fiscais da ré (LPI, art. 210, II), e com fixação de valor correspondente a 20% do faturamento com as vendas dos produtos irregulares – Indenizatória procedente – Apelação das autoras provida para este fim.

DISPOSITIVO: Deram provimento ao apelo.

Recurso de apelação interposto por **Unilever Brasil Ltda.** dirigido à r. sentença proferida pelo Dr. Leandro Eburneo Laposta, MM. Juiz de Direito da E. 33ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo, que julgou improcedente a denominada “ação cominatória com pedido de indenização por perdas e danos e de tutela de urgência” proposta em face **GFG Cosméticos Ltda. (Muriel)** .

Considerando desnecessária a dilação probatória, o i. Magistrado singular julgou improcedente a demanda, sob o entendimento de que os prejuízos suscitados não foram verificados em razão de a autora deter apenas a titularidade da marca nominativa “Maizena”, bem como por ser inexistente relevante confusão entre o público consumidor, já que os segmentos comerciais explorados são distintos.

A r. sentença de primeiro grau destacou, ainda, a concessão de registro marcário pelo INPI para as duas litigantes, o que acarretaria na necessidade de prévia desconstituição do registro que venha a ser considerado violador (fl. 486-490).



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Em razões recursais, a apelante sustenta que (a) é ostensiva a reprodução do conjunto visual, assim como expressiva a semelhança fonética e gráfica das marcas discutidas, o que ocasiona a um “ar de família” entre os produtos; (b) a r. sentença parte de premissa equivocada ao considerar registros marcários que de fato a apelada não detém, sendo incorreta, ainda, sua interpretação quanto à exigência de um registro do “*trade dress*” discutido; (c) a r. sentença desconsiderou a amplitude da proteção conferida pelo alto renome que detém a marca “Maizena”; e (d) ainda que não haja confusão em sentido literal, há associação inconcebível, e que distancia a recorrente do controle de qualidade dos produtos aos quais sua marca estaria associada.

Com esses fundamentos, requer a reforma da r. sentença, com integral procedência dos pedidos da peça inicial (fl. 492-520).

Preparo em fl. 521-524.

Contrarrazões em fl. 606-636, sustentando a apelada que já não explora mais o conjunto-imagem impugnado pela autora no pedido inicial, tendo passado por processo de reestilização que atualmente se mostra suficiente à diferenciação pretendida pela recorrente.

No mais, afirma que a composição da marca “Alisena” deriva da aglutinação dos vocábulos “alise” e “natural”, tendo o seu produto finalidade flagrantemente distinta do explorado pela marca “Maizena”, que tampouco pode se intitular detentora exclusiva da forma retangular amarela, pois amplamente explorada não apenas no segmento de comercialização de “amido de milho”, como também no mercado cosmético.

Defende, por fim, a inexistência de confusão no mercado consumidor dada a distância dos segmentos de exploração, pugnando pela manutenção da r. sentença.

Expressa oposição ao julgamento sob a forma virtual, apresentada pelas duas litigantes em fl. 666 e fl. 668.

É o relatório.

Anote-se a tempestividade recursal, uma vez que a r. sentença foi proferida em 5 de fevereiro de 2018 (fl. 490), com disponibilização na imprensa oficial aos 15 de fevereiro (fl. 600), e o recurso de apelação interposto antes mesmo da publicação, em 14 de fevereiro de 2018.

Tempestivo, portanto, o recurso de apelação, nos termos do art. 218, §4º, do Código de Processo Civil (“será considerado tempestivo o ato praticado antes do termo inicial do prazo”).

## I - CONTEXTUALIZAÇÃO DA DEMANDA

A empresa Unilever ingressou com a demanda de abstenção objetivando a proteção da tradicional marca de amido de milho “Maizena” e seu conjunto de apresentação visual, arguindo manifesta violação pela empresa Muriel, que produz e comercializa produto cosmético capilar sob a marca “Alisena” e conjunto-imagem considerado bastante semelhante, conforme reproduz em fl. 7 do pedido inicial:



Reputando inadmissíveis as semelhanças verificadas nos produtos contrapostos, bem como sua não autorizada e indesejável associação, a autora formulou pedidos de antecipação de tutela e provimento final nos seguintes termos:

[..] c) sejam julgados integralmente procedentes os pedidos, confirmando-se a tutela de urgência, para condenar a Ré a se abster, definitivamente, de fabricar, estocar, comercializar, divulgar e/ou utilizar, a qualquer título, os produtos de tratamento capilar ALISENA, em sua atual forma de apresentação ou quaisquer outras que se assemelhem à marca e à embalagem do produto Maizena, devendo a ordem de abstenção abarcar todo e qualquer tipo de atividade publicitária ou promocional (tais como ações estabelecimentos comerciais, páginas da internet, perfis de mídias sociais, rádio, televisão, impressos, participação em feiras e eventos, etc.), as quais deverão ser retiradas do ar e/ou imediatamente suspensas, sob pena de estar obrigada ao pagamento de multa pecuniária diária no valor de R\$ 50.000,00; [..]



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Além da abstenção descrita no tópico transcrito, a autora pugnou, ainda, pela fixação de indenização material.

**II - R. SENTENÇA E PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE**  
**TUTELA RECURSAL**

Desde o ajuizamento da lide o Juízo singular alinhou-se em termos de improcedência da pretensão inicial, indeferindo a antecipação de tutela em fl. 156.

O indeferimento ocasionou a interposição do AI n. 2185461-21.2017, recebido sob a relatoria do Exm. Dr. Alexandre Marcondes com atribuição de efeito ativo, que imediatamente concedeu à Unilever a antecipação pretendida.

Antes mesmo do pronunciamento colegiado definitivo no agravo, foi proferida a r. sentença em fevereiro de 2018, julgando improcedente a pretensão da empresa Unilever com os fundamentos descritos no relatório deste acórdão.

Diante do entendimento singular consolidado, a autora interpôs recurso de apelação e na mesma data direcionou a esta instância petição cadastrada sob o n. 2022323-38.2018, na qual expressamente requereu manutenção da antecipação de tutela concedida no AI n. 2185461-21.2017, obtendo a confirmação liminar almejada já sob esta relatoria, uma vez cessada a designação do Dr. Alexandre Marcondes.

A decisão foi proferida em 19 de fevereiro de 2018 com os seguintes fundamentos:

[..] 6. Vislumbro os pressupostos autorizadores da medida pretendida, especialmente a relevância do direito invocado.

7. Não obstante os fundamentos apresentados na r. sentença, anuo com o posicionamento monocrático apresentado pelo Exm. Dr. Alexandre Marcondes nos autos do AI n. 2185461-21.2017, que deverá prevalecer até eventual alteração colegiada no julgamento do agravo em referência.

8. Tal qual já consignado pelo Exm. Dr. Alexandre Marcondes, entendo que há ostensiva conduta parasitária da empresa ré, que agrega a produto cosmético a reprodução de elementos expressivos do conjunto-imagem do produto "Maizena", circunstância que pode ser aferida pela mera constatação de infração concorrencial que prescinde a análise de registros



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

marcários.

9. Deixo, entretanto, de majorar a multa cominatória estabelecida pelo Exm. Dr. Alexandre Marcondes em R\$ 20.000,00 diários, até o limite de R\$ 2.000.000,00, por reputar o padrão já fixado condizente com o adotado por esta Corte em casos semelhantes.

10. Destarte, concedo o “efeito ativo” pretendido pela peticionante, restabelecendo a antecipação de tutela concedida nos autos do AI n. 2185461-21.2017, nos termos lá consignados e até eventual reforma de entendimento pelo Órgão Colegiado. [..]

Contra esta decisão, a empresa Muriel ajuizou agravo interno, julgado pela Turma Julgadora em sessão virtual encerrada em 5 de abril deste ano, concluindo o Órgão Colegiado não apenas pela desnecessidade de reforma do entendimento liminar do Relator, como também pela caracterização da litigância de má-fé da empresa-ré, que nas razões de agravo interno teria confundido a cronologia dos provimentos jurisdicionais, e também argumentado de forma manifestamente dissociada do âmbito de motivação apresentado pelo Relator.

A empresa Muriel opôs, ainda, embargos de declaração contra o acórdão colegiado, pretendendo o afastamento da sanção imposta pela litigância de má-fé.

Esta última pretensão sequer foi conhecida pela Turma Julgadora, que aos 25 de abril de 2018 anotou em sessão virtual o não preenchimento de requisito de admissibilidade dos embargos, pois não depositado pela empresa-ré o valor da multa aplicada, ofendendo o art. 1.021, parágrafo 4º do CPC.

### **III - CONFIRMAÇÃO DO ENTENDIMENTO LIMINAR**

Neste contexto de intensa combatividade é que se chega ao julgamento presencial do recurso de apelação da empresa Unilever.

E sob a mesma convicção já anotada monocraticamente não apenas por este Relator na Petição n. 2022323-38.2018, como também pelo Dr. Alexandre Marcondes no AI n. 2185461-21.2017, o caso impõe a reforma integral do entendimento singular, conforme se verá nos tópicos a seguir.

#### **III.1 - ENQUADRAMENTO LEGAL**

Conforme argumenta a apelante nas razões recursais, o



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Juízo singular de fato confundiu os conceitos de tutela concorrencial englobados na lide em apreciação, considerando-a indissociável e restrita à verificação da especialidade marcária.

Porém, observa-se que, em realidade, a controvérsia iniciada pela empresa Unilever reside na apresentação visual das embalagens dos produtos –entendida de maneira global –que sob a concepção das autoras expõe ao mercado consumidor conjuntos-imagens com percepções sígnicas bastante semelhantes, o que acaba por ocasionar indesejada associação entre as peças.

É a chamada violação de *trade dress*, definido nos dizeres do teórico José Carlos Tinoco Soares:

[..] o termo “trade dress” significa a imagem total ou a aparência geral de um produto ou serviço, incluindo, mas não limitado a, desenho da embalagem, rótulos, recipientes, mostruários, à decoração, às cores, ao desenho do produto, à característica do produto ou à combinação de características do produto; “trade dress” é combinação de elementos ou figuras que são ou se tornam associadas exclusivamente com uma existência particular que permitem funcionar como um indicador de origem do produto.

(SOARES, José Carlos Tinoco, “Concorrência desleal” vs. “Trade Dress” e/ou “Conjunto-imagem”, p. 213).

Embora não haja menção ao conjunto-imagem (ou *trade dress*) na legislação específica, o tema tem sido objeto de análise recorrente nas Cortes pátrias, e é tutelado pelos dispositivos que coíbem a prática de concorrência desleal, notadamente pelo uso de artifício que induz ao desvio da clientela de quem primeiro explorou mercadoria nas configurações reproduzidas (art. 195, III da Lei n. 9279/96).

Conforme vem compreendendo esta Corte, a questão relativa ao *trade dress* de um produto deve ser ponderada com foco na caracterização e inibição do aproveitamento parasitário e confusão gerada em relação ao público-alvo do produto, em juízo que antecede qualquer discussão acerca de registros marcários e exclusividade de exploração.

Tutela-se, portanto, o resguardo ao consumidor e a coibição de ações entre os agentes que atuam na ordem econômica e que tendam a desvirtuá-la com a prática de concorrência desleal, seja ela ostensiva, pela cópia integral de um padrão já consolidado, seja ela situada no campo da indução pela repetição de padrões, formatos, cores e demais elementos que possam remeter o adquirente do produto novo a um item já existente e bem estabelecido no mercado.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Conforme anotou o Supremo Tribunal Federal na análise do Recurso Extraordinário n. 5232, “a livre concorrência, com toda liberdade, não é irrestrita; o seu exercício encontra limites nos preceitos legais que a regulam e nos direitos dos outros concorrentes, pressupondo um exercício leal e honesto do direito próprio, expressivo da proibição profissional; excedidos esses limites, surge a concorrência desleal, que nenhum preceito legal define e nem poderia fazê-lo, tal a variedade de atos que podem constituí-los” (RT n. 184, p. 914).

Imprecisa, portanto, a conclusão singular quanto à imprescindibilidade do registro para a integralidade do conjunto-imagem demandado (fl. 488).

### **III.2 - ÂMBITO DE VIOLAÇÃO IDENTIFICADO**

Delimitado o enquadramento legal da questão em estudo, deve ser destacado que superficial análise comparativa dos elementos contrapostos nos autos —e representados visualmente na imagem agregada ao item I deste acórdão— já é suficiente a demonstrar o relevante grau de indução ideológica contida no produto explorado pela empresa Muriel.

O que se tem, *in casu*, é o pioneirismo da configuração visual do produto “Maizena” que, segundo descritivo da autora, está no mercado há 130 anos, oferecendo ao mercado consumidor amido de milho acomodado em tradicional embalagem retangular amarela.

De fato, entre os dois nichos explorados pelos produtos que se antagonizam na lide há distância bastante expressiva.

Não obstante, a violação concorrencial ainda assim se verifica de forma muito evidente se alargada a visão empregada na hipótese concreta que, conforme lucidamente argumenta a apelante, não pode se restringir à verificação de confusão em sentido estrito, de o consumidor possivelmente adquirir um produto pelo outro.

O parasitismo já identificado nas decisões liminares proferidas em segundo grau manifesta-se em dois aspectos principais: (i) a possibilidade de indevida associação entre os produtos; e (ii) a apropriação indevida da empresa demandada sobre o investimento da empresa mais tradicional na construção de sua marca.

O primeiro aspecto considerado não se refere à hipótese de confusão em sentido estrito, já mitigada mais acima nesta argumentação, e sim à real possibilidade de os consumidores que adquirem o produto “Alisena” inadvertidamente o relacionarem à linha de produtos explorada pela Unilever





**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

com a marca “Maizena”.

Repise-se, os segmentos são de fato bastante distintos – alimentício e cosmético – mas essa circunstância não impede que alguma parcela de consumidores, seja ela expressiva ou não, encare a venda de um produto capilar acondicionado em embalagem bastante semelhante à do amido de milho como uma incursão da marca “Maizena” em outro nicho, adquirindo-o sob a falsa percepção de que ostenta o mesmo padrão de qualidade já reconhecido na marca tradicional.

Reconhece-se que esta indevida associação considerada detém carga bastante subjetiva, podendo ou não ocorrer a depender do grau de atenção e discernimento do consumidor, o que, entretanto, não afasta a necessidade de a questão ser vista com cautela e necessária proteção pelo Poder Judiciário.

Por sua vez, esta carga subjetiva e incerta não se manifesta no segundo aspecto vislumbrado (ii).

A reiteração de casos semelhantes nas Cortes Reservadas em matéria empresarial indicam a clara tendência mercadológica das empresas de cosméticos de explorarem as chamadas “linhas gourmet”, que expõem à venda artigos cosméticos inspirados em produtos alimentícios, não apenas se restringindo ao amido de milho mais conhecido em nosso país, mas também se estendendo às maioneses, mostardas e até leites condensados capilares (cf. AI n. 2005303-34.2018.8.26.000).

Sem desmerecer o contingente lúdico e criativo da tendência em vigor, o fato é que, por vezes, a prática tem se implementado de forma desleal, com expressiva reprodução do *trade dress* de marcas alimentícias historicamente consolidadas, exatamente conforme verificado na hipótese em apreciação.

A construção de uma marca forte e bem estabelecida demanda o investimento de esforço humano e financeiro que se prolonga no tempo e, exatamente como ocorre com a marca “Maizena”, muitas vezes ultrapassa a barreira de um século.

Trabalha-se e investe-se muito para que um produto seja amplamente reconhecido visualmente junto ao exigente mercado consumidor, de modo que a reprodução quase integral deste conjunto-imagem por outra empresa afigura-se como inconcebível usurpação.

Para a empresa-ré, que se apropriou do *trade dress* construído por décadas pela marca “Maizena”, o caminho de reconhecimento junto ao consumidor torna-se abreviado e facilitado de forma desleal e vedada pelo sistema de disciplina concorrencial vigente.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Não há qualquer argumentação ou subjetividade que defenda a apelada neste aspecto, não convencendo suas alegações de que o vocábulo utilizado se origina da aglutinação de “alise” e “natural”, e nem mesmo extensa dissertação acerca da suposta falta de exclusividade em relação à “forma retangular amarela”.

A imitação do conjunto-imagem é ostensiva, afigurando-se pertinente, portanto, a ordem concedida nesta instância, nos parâmetros estabelecidos desde o AI n. 2185461-21.2017 (fl. 280-282) para que a apelada:

[..] “se abstenha imediatamente de fabricar, estocar, comercializar, divulgar e/ou utilizar a qualquer título os produtos de tratamento capilar ALISENA em sua forma atual de apresentação ou quaisquer outras que se assemelhem à marca e à embalagem do produto MAIZENA, cessando, também de imediato, qualquer forma de publicidade ou promoção dos produtos, sob pena de multa diária de R\$ 20.000,00, limitada por ora a R\$ 2.000.000,00. Fica estabelecido o prazo de cinco dias a contar da intimação da agravada desta decisão para o recolhimento de todos os produtos já colocados no mercado para comercialização, assim como de todo material publicitário e de divulgação” (fl. 280-282 do AI n. 2185461-21.2017).

### **III.3 – REESTILIZAÇÃO NOTICIADA PELA RÉ**

Com vistas a disciplinar as futuras etapas de solução da situação jurídica envolvendo os litigantes, dispõe-se sobre a suposta reestilização defendida pela ré em contraminuta.

Na peça de defesa, a apelada busca convencer esta Corte de que o pedido inicial da autora se restringiu ao “shampoo Alisena, representado pela embalagem quadrada amarela” (fl. 610), de modo que estaria regular o restante de sua linha “Alisena”, que acondiciona os demais produtos em “pote” ou “copo”, ou com acréscimo de cores adicionais, tal qual atualmente vem sendo explorado, conforme ilustrações de fl. 612 da contraminuta.

Preliminarmente, afaste-se a alegação de que o pedido inicial se restringiu à “embalagem quadrada amarela”, uma vez que em fl. 13 da inicial a empresa Unilever faz inequívoca referência à toda linha “Alisena” que explora vocábulo bastante semelhante à “Maizena” e cor amarela idêntica, assim como o pedido final é articulado em termos de inibição da exploração dos “produtos de tratamento capilar Alisena, em sua atual forma de apresentação ou quaisquer outras que se assemelhem à marca e à embalagem do produto Maizena” (fl. 27).



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

A interpretação da pretensão inicial trazida à apreciação do Órgão Judiciário demonstra de forma inequívoca que a empresa Unilever pretende coibir a associação indevida já reconhecida, não pretendendo proibir de forma isolada nem o vocábulo "Alisena", e nem mesmo a cor amarela.

É o conjunto-visual, com a somatória de todos os elementos com alto grau de distintividade, que está sendo proibido na hipótese em apreciação, de modo que a manutenção da identificação nominal fonética e graficamente tão semelhante, somada à prevalência da cor amarela tão característica, ainda assim caracteriza a violação.

Não é suficiente, portanto, a mera alteração do formato da embalagem, ou acréscimo de cor diferente nas tampas dos produtos, impondo-se a necessidade de inequívoco distanciamento dos tradicionais elementos distintivos da marca "Maizena", considerados em conjunto.

#### **IV - PRETENSÃO INDENIZATÓRIA**

O pedido formulado no recurso de apelação para acolhimento integral das pretensões deduzidas na peça inicial devolve a esta instância as pretensões de ressarcimento pelos danos materiais que a autora reputa ter suportado.

Pretende a demandante que sejam apurados os danos na fase de liquidação de sentença, nos termos previstos pelo art. 210, II da Lei n. 9279/96, isto é, que os lucros cessantes sejam calculados com base nos benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito.

É incontroversa a produção e comercialização dos produtos que imitam o *trade dress* da autora, assim como evidente o nexo de causalidade explicitado nos tópicos anteriores.

Destarte, para que não haja enriquecimento ilícito da ré, a apuração do *quantum debeatur* será realizada, tal qual requerido, na fase de liquidação da sentença, mediante exame dos livros contábeis da ré, incluindo-se as notas fiscais, para apuração do valor efetivamente recebido pelos produtos considerados irregulares nesta decisão (LPI, art. 210, II).

Observa-se, todavia, que a recorrida não indicou nenhum outro critério para essa apuração, postulando na exordial somente que fosse feita na fase de liquidação da sentença.

Em casos como esses é difícil, senão impossível, aferir o contingente exato de prejuízo sofrido pela autora em razão da diluição de sua marca, e quantidade de enriquecimento ilícito de fato gerado à ré.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Assim, entende esta C. Câmara Especializada que o critério equitativo é a aplicação de um percentual sobre o faturamento havido com a venda dos produtos violadores do direito da apelante, à taxa de 20%.

Procedente, pois, o pedido de condenação ao pagamento de lucros cessantes.

**V - ÔNUS SUCUMBENCIAL**

Com o resultado deste recurso, inverte-se o ônus sucumbencial, e adequa-se a condenação em honorários advocatícios ao pedido formulado na petição inicial e necessidade de majoração em fase recursal (art. 85, §11 do NCPC), elevando-a a 20% sobre o valor atualizado da causa (R\$ 100.000,00 –fl. 28 ).

**VI - DISPOSITIVO**

Em razão do exposto, dá-se provimento ao recurso para (a) confirmar a ordem de abstenção, nos termos constantes no item III.2 deste v. aresto; (b) condenando-se, ainda, a ré à indenização por lucros cessantes, a serem apurados na fase de liquidação da sentença conforme item IV.

Com este resultado, invertem-se os ônus sucumbenciais, majorando os honorários advocatícios a 20% sobre o valor atualizado da causa.

**RICARDO NEGRÃO**  
**RELATOR**