



Consultor Jurídico
conjur.com.br

PROPAGANDA ENGANOSA

Escritório e advogado são condenados por "garantir" ganho de causa a clientes

5 de abril de 2016, 9h31

Por Jomar Martins

O Código de Ética e Disciplina da OAB diz que o advogado deve anunciar os seus serviços de maneira discreta e sóbria, com finalidade exclusivamente informativa. Desse modo, quem divulga informações sobre formas de pagamento, expressões que possam iludir o público, qualidade de sua estrutura ou promove captação de causas não comete irregularidade apenas no âmbito ético-disciplinar, mas afronta o Código de Defesa do Consumidor. Por isso, a 15ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul [confirmou](#), na íntegra, [sentença](#) que condenou um escritório de advocacia e seu proprietário a indenizar uma consumidora iludida. Ela vai receber R\$ 2 mil de reparação.

Na ação, a mulher alegou que contratou a banca — para patrocinar ação revisional contra financeira — porque acreditou no anúncio divulgado pelas rádios locais, que oferecia garantia de resultado jurídico favorável. Afirmou, no entanto, que foi induzida a erro, pois a orientação dos prepostos para suspender os pagamentos levou a financeira a ajuizar ação de busca e apreensão do veículo financiado. Ou seja, além de não ter obtido êxito na demanda, ainda corre o risco de perder o bem.

Na primeira instância, o juiz Michel Martins Arjona, da 3ª Vara Cível da Comarca de Santa Maria, disse que a prestação de serviços advocatícios, embora regida pelo Estatuto da OAB (Lei 8.906/94), atrai a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90). É que o dever de independência do advogado e a limitação à publicidade e oferta dos serviços prestados não modificam a relação jurídica de consumo com seu cliente.

Arjona ficou convencido de que a banca fez publicidade em massa dos serviços prestados, dando a entender que a contratação resultaria em vantagens. Tal conduta, segundo o juiz, afronta às normas que regulamentam a classe profissional, sobretudo o artigo 31, parágrafo 1º, do Código de Ética e Disciplina da OAB. Em síntese, a conduta é abusiva, pois induz o leigo a acreditar que, efetivamente,

conseguirá reduzir drasticamente suas dívidas — o que, na prática, não se confirma. No caso do CDC, a violação recai sobre o artigo 14, por defeito na oferta de serviços.

“Ademais, as informações veiculadas pela parte ré não condizem com a realidade dos tribunais, sendo absurdos os reajustes prometidos nas demandas revisionais! Ressalto que este juízo analisa diariamente ações de revisão de contratos de financiamento garantidos por alienação fiduciária, bem como ações de busca e apreensão de veículos, e certifico que jamais haverá uma redução das parcelas nos moldes do anúncio promovido pelos demandados [réus na ação indenizatória]”, escreveu na sentença.

Por fim, o juiz observou que, embora a advocacia seja atividade-meio, e não de fim, houve promessa de que o ajuizamento da ação resultaria em benefício concreto à autora, sem que lhe fossem prestadas as informações e advertências devidas. E essa omissão corresponde a propaganda enganosa, o que permite responsabilizar os demandados — escritório e seu sócio.

A relatora das apelações na corte, desembargadora Ana Beatriz Iser, confirmou que as expressões utilizadas na propaganda veiculada pelas rádios podem, sim, iludir e confundir o público. Além disso, o advogado não conseguiu

provar, em juízo, que a cliente sabia exatamente a extensão da expressão ou termo jurídico utilizado na propaganda veiculada nos comerciais. O acórdão, com entendimento unânime, foi lavrado na sessão de 9 de março.

Clique [aqui](#) para ler a sentença modificada.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão modificado.

Jomar Martins é correspondente da revista **Consultor Jurídico** no Rio Grande do Sul.

Revista **Consultor Jurídico**, 5 de abril de 2016, 9h31