



Número: **0009455-13.2017.4.01.3400**

Classe: **PROCEDIMENTO COMUM CÍVEL**

Órgão julgador: **22ª Vara Federal Cível da SJDF**

Última distribuição : **03/03/2017**

Valor da causa: **R\$ 200.000,00**

Processo referência: **0009455-13.2017.4.01.3400**

Assuntos: **Direito de Imagem, Direito de Imagem**

Segredo de justiça? **NÃO**

Justiça gratuita? **NÃO**

Pedido de liminar ou antecipação de tutela? **NÃO**

Partes	Procurador/Terceiro vinculado
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (AUTOR)	EDUARDO DE OLIVEIRA PAES (ADVOGADO) GENARA LOPES BUHLER (ADVOGADO) CARLOS ALBERTO DE MEDEIROS (ADVOGADO)
ANDRADE GUTIERREZ ENGENHARIA S/A (RÉU)	LUIZ OTAVIO MOURAO (ADVOGADO) JOSE MAURICIO BALBI SOLLERO (ADVOGADO)

Documentos			
Id.	Data da Assinatura	Documento	Tipo
31612 3351	09/11/2020 14:29	Sentença Tipo A	Sentença Tipo A



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA FEDERAL
Seção Judiciária do Distrito Federal
22ª Vara Federal Cível da SJDF

SENTENÇA TIPO "A"

PROCESSO: 0009455-13.2017.4.01.3400

CLASSE: PROCEDIMENTO COMUM CÍVEL (7)

AUTOR: CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL

Advogados do(a) AUTOR: EDUARDO DE OLIVEIRA PAES - DF40338, GENARA LOPES BUHLER - DF29741,
CARLOS ALBERTO DE MEDEIROS - DF07924

RÉU: ANDRADE GUTIERREZ ENGENHARIA S/A

Advogados do(a) RÉU: LUIZ OTAVIO MOURAO - MG22842, JOSE MAURICIO BALBI SOLLERO - MG30851

SENTENÇA

Cuida-se de ação proposta pelo CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (CAU/BR) em desfavor da CONSTRUTORA ANDRADE GUTIERREZ pretendendo, em sede de tutela de urgência, a suspensão da reprodução do spot publicitário promovido pela segunda Ré. A parte autora alega, em síntese, que a Construtora Andrade Gutierrez vem divulgando, em diversas emissoras de rádio, áudio que atenta contra a reputação profissional dos arquitetos e urbanistas, uma vez que a mensagem indicaria que o arquiteto: a) errou no projeto e na execução de uma obra; b) não reconheceu seu suposto erro e se recusa a corrigi-lo; c) não cumpriu o contrato assinado como cliente; d) é responsável pelo atraso no cronograma das obras e e) deixou o cliente intimidado.

No mérito, sustenta que a “o ato ilícito praticado pela Ré — consistente na divulgação de spot que ofende a conduta e reputação dos arquitetos e urbanistas e de spot que exagera nas qualificações profissionais dos engenheiros -, a par dos graves danos causados a toda a categoria de arquitetos e urbanistas, induz a sociedade a erro duplo, posto que difama as qualificações dos arquitetos e urbanistas atribui aos engenheiros qualificações que eles não têm”.

Com base nessas alegações, requer a condenação da Ré no pagamento de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a título de danos morais coletivos, devendo ser tal valor revertido em favor das entidades nacionais dos arquitetos e urbanistas de que trata o artigo 61 da Lei 12.368, de 2010.

A inicial foi instruída com documentos e instrumento procuratório.

Citada, a ré apresentou resposta, rechaçando as alegações autorais e pugnando pela improcedência do pedido.



Foi oportunizada réplica.

O MPF teve vista dos autos, ao passo que se trata de ação coletiva.

Vieram-me os autos conclusos.

DECIDO.

Da análise dos autos, notadamente da transcrição dos dois spots questionados pelo Conselho requerente, constata-se que, de fato, a peça publicitária teve o condão de ofender a dignidade do exercício da profissão de arquiteto e urbanista. Com efeito, no diálogo entre os personagens do spot, é estabelecida uma relação direta entre as situações adversas enfrentadas por um deles e o trabalho planejado e executado por um arquiteto. Embora no spot tenha se idealizado uma situação problema com sua respectiva solução, apresentando como mensagem final a necessidade de exigir o fiel cumprimento dos termos contratuais, a peça veiculou também uma mensagem negativa relacionada à categoria profissional dos arquitetos e urbanistas, ao estabelecer um liame causal direto entre a atuação do arquiteto, a sua postura antiprofissional e os graves problemas enfrentados por um dos interlocutores. O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), em procedimento administrativo deflagrado em razão de queixas de consumidores (cf. f. 74), reconheceu que a empresa requerida infringiu as normas estabelecidas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, tendo aplicado, por isso, a penalidade de advertência (f. 74/76).

A propósito, dispõem os artigos que lastrearam a aplicação de sanção pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) em face da Andrade Gutierrez S/A:

Artigo 1º Todo anúncio deve ser respeitador e conformar-se às leis do país; deve, ainda, ser honesto e verdadeiro. Artigo 3º Todo anúncio deve ter presente a responsabilidade do Anunciante, da Agência de Publicidade e do Veículo de Divulgação junto ao Consumidor. Artigo 6º Toda publicidade deve estar em consonância com os objetivos do desenvolvimento econômico, da educação e da cultura nacionais. Artigo 19 Toda atividade publicitária deve caracterizar-se pelo respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais, às autoridades constituídas e ao núcleo familiar. Artigo 20 Nenhum anúncio deve favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, social, política, religiosa ou de nacionalidade. Artigo 50 Os infratores das normas estabelecidas neste Código e seus anexos estarão sujeitos às seguintes penalidades: a. advertência; b. recomendação de alteração ou correção do Anúncio; c. recomendação aos Veículos no sentido de que sustentem a divulgação do anúncio; d. divulgação da posição do CONAR com relação ao Anunciante, à Agência e ao Veículo, através de Veículos de comunicação, em face do não acatamento das medidas e providências preconizadas.

Conquanto tenha sido aplicada a penalidade mais branda, é certo que sua imposição pressupõe o reconhecimento da conduta antijurídica da empresa pelo órgão de autorregulamentação publicitária. Reforça desse modo a plausibilidade das alegações do Conselho.

Quanto ao dano moral coletivo, ensina Carlos Alberto Bittar:

[...] é a injusta lesão da esfera moral de uma dada comunidade, ou seja, é a violação antijurídica de um determinado círculo de valores coletivos. Quando se fala em dano moral coletivo, está-se fazendo menção ao ato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absoluta injustificável do ponto de vista jurídico: quer isto dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu aspecto imaterial. Tal como se dá na seara do dano moral individual, aqui também não há que se cogitar de prova da culpa, devendo-se responsabilizar o agente pelo simples fato da violação” (BITTAR,



Carlos Alberto. Do dano moral coletivo no atual contexto jurídico brasileiro, Revista do Direito do Consumidor, v.12).

Pelo exposto, e notadamente diante da penalização do CONAR, tem-se por caracterizada a conduta ilícita da empresa demandada, que deixou de respeitar o direito à reputação profissional da coletividade dos arquitetos e urbanistas. Ao representá-los em peça publicitária de sua responsabilidade, a ré não se atentou para as consequências negativas do texto veiculado em emissoras de rádio em relação a essa categoria. O ato ilícito, ainda que culposos, ensejou significativa e intolerável lesão a valores extrapatrimoniais da coletividade de arquitetos e urbanistas, atingindo a esfera extrapatrimonial desse grupo. Presentes, portanto, os requisitos para a pretendida reparação civil, nos termos dos arts. 186 e 927 do Código Civil”, quais sejam: a conduta culposa do agente, o dano moral coletivo e o nexo de causalidade. O montante de de R\$200.000,00 (duzentos mil reais) referente ao valor de indenização, apontado na inicial, mostra-se adequado. De fato, esse valor é compatível com o patrimônio líquido da empresa em 2016, o qual, segundo o Relatório da Administração” perfazia R\$2.325.463.000 (2 bilhões, trezentos e vinte e cinco milhões, quatrocentos e sessenta e três mil reais). Esse valor mostra-se ainda adequado tendo em vista a dimensão da lesão, de proporção nacional, ante a veiculação do spot em emissoras de rádio de todo o País, por cerca de dois meses, entre janeiro e março de 2017*.

Pertinente, no entanto, que se reverta tal quantia não às entidades nacionais de arquitetos e urbanistas a que se refere o art. 61 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010º, massim, ao próprio Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil, que tem atribuição para “zelar pela dignidade, independência, prerrogativas e valorização da arquitetura e do urbanismo”, sendo competente, por conseguinte, para executar ações de esclarecimento à sociedade sobre a atuação e responsabilidade dos arquitetos e urbanistas. O valor poderia ser revertido, igualmente, ao Fundo para Reconstituição de Bens Lesados de que trata o art. 13 da Lei nº 7.347/1985”. Razoável, outrossim, a imposição da obrigação de fazer pleiteada pelo Conselho autor para que a empresa veicule contrapropaganda. É não só possível, como aconselhável, que se imponha a reparação do dano moral coletivo por meio de obrigação de fazer. O art. 3º da Lei nº 7.347, de 1985, estabelece que “a ação civil poderá ter por objeto a condenação em dinheiro ou o cumprimento de obrigação de fazer ou não fazer”. A veiculação de tais informações ao mesmo público que foi submetido ao conteúdo danoso é meio eficaz para reparar em parte a lesão constatada, já que se contrapõe à mensagem negativa sobre os arquitetos e urbanistas.

Foram essas as fundamentações tecidas pelo órgão ministerial, quando da fundamentação do parecer, as quais adoto integralmente para fazer parte integrante do presente julgado, tendo em vista sua verticalidade e inteireza acerca do tema.

Ante o exposto, julgo procedentes os pedidos para condenar a ré:

a) a veicular mensagem publicitária — a ser elaborada pelo CAU/BRe devidamente aprovada pelo Juízo (em sede de cumprimento de sentença) — a qual esclareça a sociedade sobre a importância, participação efetiva e responsabilidades dos arquitetos e urbanistas na elaboração de projetos arquitetônicos (de edificações) e na execução de obras, devendo dita mensagem guardar correlação de tempo e forma com o “spot” aqui havido por ofensivo aos arquitetos e urbanistas, e ser veiculada nos mesmos veículos, horários e em quantidades com que foi veiculado o “spot. ofensivo aos arquitetos e urbanistas;

b) a pagar indenização por danos coletivos no montante de R\$ 100. 000, 00 (cem mil reais), sendo que o valor da indenização será revertido cinquenta por cento ao próprio Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil e a outra metade ao Fundo para Reconstituição de Bens Lesados de que trata o art. 13, da Lei nº 7.347/1985, com o encargo de que sejam executadas ações de esclarecimento à sociedade sobre a atuação e responsabilidade dos arquitetos e urbanistas.



Condeno as rés em custas e honorários, a ser calculado com base nos menores percentuais do art. 85, § 3º, sobre o valor atualizado da causa.

Interposta apelação e eventuais contrarrazões, encaminhem-se os autos imediatamente ao Tribunal Regional Federal da Primeira Região, independentemente de juízo de admissibilidade (artigo 1010, §3º do CPC), cabendo à Secretaria desta Vara abrir vista à parte contrária caso em contrarrazões sejam suscitadas as matérias referidas no §1º do art. 1009, nos termos do §2º do mesmo dispositivo.

Com o trânsito, arquivem-se.

Intimem-se, inclusive o MPF.

