



**DIÁRIO ELETRÔNICO DA JUSTIÇA FEDERAL DA 3ª REGIÃO**  
Edição nº 144/2011 – São Paulo, segunda-feira, 01 de agosto de 2011

**SEÇÃO JUDICIÁRIA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**PUBLICAÇÕES JUDICIAIS I - INTERIOR SP E MS**

**SUBSEÇÃO JUDICIÁRIA DE CAMPINAS**

**8ª VARA DE CAMPINAS**

**Expediente Processual 2152/2011**

**0009128-57.2011.403.6105** - ASSOCIACAO NACIONAL DE TUTORES DE ENSINO A DISTANCIA - ANATED(SP223871 - SILVIA SANTOS GODINHO ALVES) X CONSELHO NACIONAL DE SERVICO SOCIAL X ASSOCIACAO BRASILEIRA DE ENSINO E PESQUISA EM SERVICO SOCIAL - ABEPSS X EXECUTIVA NACIONAL DE ESTUDANTES DE SERVICO SOCIAL - ENESSO Trata-se de ação cautelar com pedido liminar, proposta por ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TUTORES DE ENSINO A DISTÂNCIA - ANATED, qualificada na inicial, em face do CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENSINO E PESQUISA EM SERVIÇO SOCIAL - ABEPSS e EXECUTIVA NACIONAL DE ESTUDANTES DE SERVIÇO SOCIAL - ENESSO, para que (1) seja recolhido todo o material gráfico impresso e informatizado (disponível para baixar via internet): cartaz, cartão postal, marcador de página de livros, adesivos - colocados em circulação e que se relacionam com a campanha Educação não é Fast Food; (2) seja retirado de exibição todos os vídeos que compõem a campanha Educação não é Fast Food, disponíveis nos sites dos réus e em todas as redes sociais acessíveis ao público; (3) que os réus se abstenham de reproduzir o spot Educação não é Fast Food em todas as emissoras de rádio do país. Alega a requerente que representa seus associados (tutores) em âmbito nacional; que os réus lançaram em maio de 2011 a campanha preconceituosa, discriminatória e difamatória cujo slogan é Educação não é Fast Food - Diga não à graduação à distância em serviço social; que referida campanha publicitária está sendo levada ao público com falsas informações sobre a educação à distância por meio de vasto material gráfico, vídeos e spot de rádio; que os profissionais em geral e alunos de educação à distância estão sendo expostos à discriminação e humilhação; que as informações veiculadas pelos requeridos ultrapassam o campo ideológico e caracterizam falsas informações induzindo milhões de pessoas em erro, agravado pela forma irônica e debochada por meio de impressos, imagens e sons, abalando a honra, a dignidade e a imagem dos profissionais que neste segmento atuam. Argumenta que na Câmara dos Deputados fora requisitada audiência pública (requerimento n. 79/2011 CEC) para debater os desafios da educação à distância no Brasil e para tratar sobre o ato discriminatório praticado pelo Conselho Federal de Serviço Social em detrimento dos estudantes de EAD. Informa a requerente que ajuizará ação declaratória da natureza abusiva da campanha, com pedido de indenização por danos morais, para a defesa dos direitos dos tutores representados. Procuração e documentos, fls. 21/120. Custas recolhidas no Banco do Brasil. É o relatório. Decido. A Constituição Federal proporciona a liberdade da manifestação do pensamento e da expressão de atividade de comunicação, independentemente de censura ou licença, mas veda o anonimato, bem como assegura o direito de resposta proporcional ao agravo e a indenização por dano material, moral ou à imagem (artigo 5º, IV, V e IX). Assim, a Constituição Federal reprime os abusos da liberdade da manifestação do pensamento ou de expressão da atividade de comunicação, da qual a propaganda comercial é espécie. Exceto no caso do anonimato, em que, evidentemente, a repressão pode e deve ser prévia, nos demais casos de abuso, como, por exemplo, na proteção à imagem, a repressão é posterior, ante a restrição à censura compensada com as garantias dadas de direito de resposta e de indenização. No caso, o material publicitário em questão foi encontrado em circulação pela autora, de modo que não se trata de tentativa de censura prévia, mas de repressão posterior. Obviamente, se prevista a indenização ao dano, é possível a tutela de retirada da causa de permanência do dano, senão a indenização não pode ser apurada suficientemente. De outro lado, o mesmo artigo constitucional citado determina ao Estado a defesa do consumidor, na forma da lei (inciso XXXII), de modo que a lei pode defender previamente o consumidor de abusos da propaganda comercial. Neste aspecto, não há limitação constitucional aos meios de repressão. O Código de Defesa do Consumidor proíbe a publicidade abusiva e qualifica como tal aquela discriminatória de qualquer natureza (art. 37, 2º). Assim, a propaganda comercial que trate de forma sarcástica um produto ou serviço expõe ao ridículo e ofende o consumidor deste produto ou serviço. Já o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - Conar - organização não governamental - aplica o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, apura denúncias de publicidade enganosa ou abusiva que cause constrangimento ao consumidor ou a empresas e, se comprovada a responsabilidade, recomenda a alteração ou suspensão da veiculação do anúncio. No caso, o simples slogan Educação não é fast food. Diga não para a graduação à distância em Serviço Social e o

texto Você trocaria seu almoço por qualquer lanche rápido na rua durante quatro anos? Então por que fazer isso com sua educação? não ridicularizam o serviço em questão (fls. 29/31). São apenas crítica à qualidade do referido método de ensino, ao compará-lo com produto que não é vexatório, mas que prioriza a rapidez mais do que a qualidade. Ao comparar o ensino presencial a um almoço e o ensino à distância a um lanche, quis apenas afirmar, de modo figurado, que o ensino presencial é mais proveitoso, apesar de tomar mais tempo. Já as ilustrações em que tutor não assistente social, prova virtual e estágio sem supervisão aparecem, respectivamente, em embalagens de batatas fritas, sanduíche e refrigerante escarnekem do serviço e de seus consumidores. O conteúdo em som, reproduzido à fl. 05, e vídeos (fl. 32), têm caráter altamente pejorativo ao ensino à distância em serviço social, abusando da simples crítica à qualidade daquele método. E expõem os consumidores deste método ao ridículo, tratando-os como pessoas de pouca inteligência e discernimento. Além disto, as expressões a gente vai dar um jeito de ter supervisor acadêmico pra todo mundo (vídeo - supervisor para cada 4 estagiários) e fazer um bom estágio significa ser bem orientado, ter um bom supervisor acadêmico, coisa e tal, mas se ele não tiver disponibilidade pra te acompanhar no dia a dia, afinal são muitos alunos matriculados, não se preocupe, mesmo de longe o curso vai dar um jeitinho (vídeo - supervisão presencial) induzem os telespectadores de que o curso será ministrado de forma antiética. Ante o exposto, DEFIRO EM PARTE O PEDIDO LIMINAR para determinar aos réus (1) o recolhimento do material gráfico impresso e informatizado (disponível para baixar via internet): cartaz, cartão postal, marcador de página de livros, adesivos - relacionados à campanha Educação não é Fast Food; (2) a cessação da exibição de todos os vídeos copiados no DVD da fl. 32 e da transmissão do spot Educação não é Fast Food, em seus sites e em todas as emissoras de rádio do país, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00. Citem-se. Sem prejuízo, intime-se a autora a recolher as custas processuais na Caixa Econômica Federal, consoante Lei n. 9.289/1996, no prazo legal. Intimem-se.

---