



**PODER JUDICIÁRIO**  
**8ª VARA FEDERAL – 5ª SUBSEÇÃO JUDICIÁRIA EM CAMPINAS – SP**

**CONCLUSÃO**

Em 27 de julho de 2011, faço estes autos  
conclusos ao Juízo oficiante nesta 8ª Vara  
Federal em Campinas – SP.

*11/08/11*  
Técnico/Analista Judiciário

Procedimento Cautelar - Classe 148  
Autos n. 0009128-57.2011.403.6105  
Autora: Associação Nacional de Tutores de Ensino a Distância - ANATED  
Réus: Conselho Federal de Serviço Social e outros

**Decisão**

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



peças 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

**PODER JUDICIÁRIO****8ª VARA FEDERAL – 5ª SUBSEÇÃO JUDICIÁRIA EM CAMPINAS – SP**

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 escarnecem 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.

Campinas,

28 JUL 2011

Haroldo Nader  
Juiz Federal Substituto