Publicidade Abusiva ante o CDC

Lucas Brito Ferreira Sousa

**1 DESCRIÇÃO DO CASO**

O case versa sobre a divulgação de publicidade da escola Instituto Batista Carolina referente ao início das matrículas para o ano de 2016 como o encerramento do áudio nos seguintes dizeres: "Nossa diferença é Jesus!". Assim como a cláusula contratual que obriga os alunos a participarem dos procedimentos e cultos da religião professada pela escola. Dessa forma, questiona-se: A publicidade veiculada pela escola é abusiva?

**2 ARGUMENTOS CAPAZES DE FUNDAMENTAR CADA DECISÃO**

**2.1 Sim, a publicidade é abusiva.**

Variadas estratégias de marketing são usadas para a venda de determinado produto ou prestação de serviços e dentre elas a publicidade se destaca como maior capacidade de impulsionar a compra por parte do consumidor, sendo assegurado ao fornecedor o direito de informar o seu público utilizando-se desse apetrecho. Porém, de acordo com Sergio Cavalieri Filho "Ninguém duvida do poder de influência da publicidade sobre a sociedade, independente da classe social a que se pertença. Atento a esse fato, a legislação consumerista conferiu ao consumidor o direito básico à proteção contra a publicidade enganosa e/ou abusiva" (CAVALIERI, 2011).

O Código de Defesa do Consumidor cita como publicidade abusiva aquela propaganda com teor discriminatório, que incite a violência, explore o medo ou a superstição. Para Nunes Rizzatto “a publicidade abusiva tem sido usada na forma de discriminação. É importante ressaltar que lei expressamente proíbe qualquer forma de descriminação. Assim, não vale a argumentação existente de que o princípio da liberdade de expressão permite a discussão pública de questões discriminatórias.” (NUNES, 2015).

A divulgação do áudio com os dizeres: “Nossa diferença é Jesus” é uma publicidade discriminatória pelo fato da escola tentar se favorecer perante as outras com a divulgação de que seu diferencial está na religião adotada, ou seja, a escola eleva-se a um patamar superior as demais com utilização de um conteúdo meramente religioso no qual o mesmo não é e nem deverá ser característica fundante dos serviços prestados por instituições educacionais. O fator distintivo de um colégio deverá ser sua qualidade de ensino e a religião adotada pela mesma não desqualifica ou torna pior as restantes.

**2.2 Não, não há abuso na publicidade veiculada pela escola.**

O artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor elenca algumas possiblidades para a caracterização de uma publicidade de caráter enganoso ou abusivo, de certo não há duvidas que a propaganda de áudio de fato não é enganosa por não haver nenhuma informação inteiramente ou parcialmente falsa ou que induza terceiro a erro, restando o teor abusivo como uma matéria recorrente de divergências e que enseja inúmeros argumentos. O estado laico permite as mais variadas diretrizes referentes a religião, não tornando abusiva a publicidade dessa determinada escola.

O princípio da laicidade é, ao mesmo tempo, o de afastamento da religião do domínio do Estado, e do respeito ao direito de cada cidadão de ter ou não ter uma convicção religiosa e de professá-la dentro dos limites da Lei. O princípio baseia-se na igualdade na diversidade, no respeito às particularidades e na exclusão dos antagonismos. Assim, a laicidade não exclui as religiões e suas manifestações públicas, nem o ensino religioso, muito menos interfere nas convicções pessoais daqueles que optam por não professar nenhuma religião. (MURARO, 2012)

Dessa forma, os alunos e seus responsáveis estão livres para efetivar suas escolas no campo educacional. Demonstrar a religiosidade da instituição não configura como abuso, nem mesmo discriminação com as demais instituições, pelo fato de ser intrínseca a esses sujeitos a escolha das melhores características do colégio para que se encaixe perfeitamente com suas afinidades.

**3 QUESTÕES SECUNDÁRIAS**

**a) Uma cláusula contratual pode obrigar os alunos a tomarem a parte dos ritos religiosos da escola?**

Bruno Miragem (2014) exalta que a superação dos padrões clássicos contratuais foi capaz de renovar a teoria contratual tornando ultrapassado o ideal absoluto do princípio da autonomia da vontade, assim como o do pacta sunt servanda. Os contratos existiam pra serem cumpridos, porém atualmente essa obrigatoriedade passa a se submeter e respeitar leis e outros princípios como o princípio da boa fé, princípio da legalidade e igualdade.

A questão em destaque tem como base a abusividade da cláusula ou não. Como já estabelecido, hoje os contratos devem ser estabelecidos e averiguados perante todo o ordenamento jurídico. As escolas particulares possuem uma grande liberdade em comparação com as públicas em relação ao caráter religioso, sendo possível a maior presença da crença adotada pela escola em seu espaço, assim como na grade escolar. Porém, obrigar os alunos a participarem de procedimentos e cultos religiosos de teor extracurricular se torna uma afronta a liberdade de crença e religião.

**b) O fato de a cláusula contratual estar regida em destaque e dela terem tomado ciência os pais de Alexandre Velasco afasta a possibilidade de alegação de abusividade?**

O fato da cláusula contratual se apresentar em destaque assim como a existência de conhecimento dos pais de Alexandre em relação à obrigação não fasta a alegação de abusividade. Atualmente as teorias de caráter absoluto se tornaram obsoletas e o código do consumidor tem como finalidade tentar regular e diminuir a desigualdade entre as partes de uma relação de consumo. De certa forma é comum o consumidor ser um elemento enfraquecido pela vulnerabilidade técnica, jurídica ou fática, assim o Código De Defesa do Consumidor protege o consumidor de cláusulas e práticas abusivas tornando-as nulas de pleno direito mesmo com a ciência da parte, estando ela em destaque ou não, pois o principio da autonomia das partes não é mais um princípio com análise solitária. É necessário o estudo do ordenamento jurídico como um todo, assim como os princípios.

**REFERÊNCIAS**

CAVALIERI, Sergio Filho. **Programa de direito do consumidor.** - 3. ed. - São Paulo: Atlas, 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor.** - 5. ed. rev., atual. e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

MURARO, Celia Cristina. **O ensino religioso nas escolas, breves comentários.** In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XV, n. 103, ago 2012. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php/?n\_link=revista\_artigos\_leitura&artigo\_id=12135&revista\_caderno=9>. Acesso em mar 2016.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. - 10. ed. rev. e atual. - São Paulo: Saraiva, 2015.