

**JUÍZO DA VARA DA FAZENDA PÚBLICA DA COMARCA DE BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

URGENTE

SIG nº: 08.2024.00085913-6

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA, por seu Promotor de Justiça signatário, no uso de suas atribuições institucionais e legais, com fundamento nos artigos 127 e 129, III, da Constituição da República Federativa do Brasil; no art. 25, IV, "a", da Lei n. 8.625/93; no art. 90, I e VI, "a", "c" e "e", da Lei Complementar Estadual n. 738/2019; no art. 1º, I e VI da Lei n. 7.347/85, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, promover a presente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA COM PEDIDO DE TUTELA DE URGÊNCIA, em face de

COLÉGIO INTEGRAÇÃO LTDA (Colégio Anglo Balneário Camboriú), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n. 11.777.112/0001-70, com sede na Rua 905, 585, Centro, Balneário Camboriú/SC, devidamente representada pela sócia-administradora *Elaine Aparecida Coelho Pereira*, inscrita no CPF sob o n. 349.475.740-20, pelos fatos e fundamentos que seguem:

1. Síntese do objeto

A presente demanda tem como objetivo, em síntese, o resguardo do direito dos consumidores e a reparação de danos, em razão da constatação, pela terceira vez, de veiculação de propaganda enganosa pelo **Colégio Integração (Colégio Anglo Balneário Camboriú)**, consistente na indução dos consumidores a erro, ao afirmar que 151 alunos foram aprovados no vestibular da UFSC em 2023, quando na verdade tal número reflete candidatos aprovados em todo o país, que estudam em escolas diversas que utilizam o *Sistema Anglo de Ensino*.

2. Fundamentação fática e jurídica

O Ministério Público do Estado de Santa Catarina, por sua 6ª Promotoria de Justiça da Comarca de Balneário Camboriú, instaurou, inicialmente, a Notícia de Fato n. 01.2024.00002933-3, posteriormente evoluída para o Inquérito Civil n. 06.2024.00000877-1, em razão da notícia de possível ofensa aos direitos dos consumidores (de fato ou potenciais) do ora réu **Colégio Integração Ltda (Colégio Anglo Balneário Camboriú)**, diante da veiculação de publicidade enganosa.

A referida publicidade enganosa foi estampada em diversos *outdoor/banner* espalhados neste Município de Balneário Camboriú, cuja informação afirma que 151 alunos foram aprovados no vestibular da UFSC de 2023, vejamos:





3 Este documento é cópia do original assinado digitalmente por ALVARO PEREIRA OLIVEIRA MELO em 06/03/2024. Para conferir o original, acesse o site <http://www.mp.sc.mp.br>, informe o processo 08.2024.00085913-6 e o código 26C68CA.

A informação do número de aprovações é seguida do contato do Colégio Localizado em Balneário Camboriú, com o intuito de atrair os consumidores dado o "expressivo resultado" em aprovações no referido vestibular.

A publicidade é evidentemente direcionada para que o consumidor acredite que o **COLÉGIO ANGLO BALNEÁRIO CAMBORIÚ**, ora demandado, é responsável pela expressiva aprovação de seus alunos na UFSC o que não é verdade.

Assim, inicialmente, solicitou-se ao PROCON para que verificasse a veracidade dos dados propagados pelo requerido, nos termos do art. 37, §1º, do CDC.

Em resposta, aportou aos autos cópia do Auto de Infração n. 3661/2024, dando conta de que o requerido não comprovou os dados técnicos aptos a embasar a publicidade veiculada, considerada enganosa pelo órgão de defesa do consumidor, vejamos:

No exercício da fiscalização que trata a Lei Federal n. 8.078/90, regulamentada pelo Decreto n. 2.181/97, verificou-se que **o autuado cometeu infração quando veiculou publicidade sobre a aprovação de 151 (cento e cinquenta e um) alunos para ingresso na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, sem a devida comprovação dos dados**, como se verifica da Notificação n. 0616, deixando de cumprir os requisitos obrigatórios do artigo 36, parágrafo único, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, por deixar de manter os dados fáticos que sustentam citada publicidade.

Diante das condições da publicidade, se demonstra enganosa por omissão dos dados fáticos, que induz seus consumidores em erro a respeito da qualidade do seu serviço, contrariando o parágrafo 1º, do artigo 37, da Lei Federal n. 8.078/90.

Ademais, **culminou na pena de desobediência, tendo em vista que deixou de apresentar os documentos exigidos na Notificação n. 0616**, prevista no artigo 55, §4º, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (grifou-se).

Nesse contexto, notificou-se o responsável legal do requerido para comparecimento em audiência extrajudicial, a fim de ofertar a celebração de Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta.

Solicitado o adiamento do ato pela parte, e encaminhada minuta

com proposta de TAC à procuradora do requerido, aportou aos autos do indiciário listagem (sem dados da procedência), contendo o nome de 157 (cento e cinquenta e sete) alunos supostamente aprovados no vestibular da UFSC de 2023, vinculados ao "**Sistema Anglo**", para análise da Promotoria de Justiça.

Mantida de forma fundamentada a oferta do TAC por meio de Despacho, diante a ausência de dados técnicos e existência de publicidade que leva os consumidores a erro, realizou-se audiência extrajudicial, na qual o requerido solicitou, novamente, oportunidade de se manifestar nos autos.

Findo o prazo concedido, sobreveio novo expediente, desta vez argumentando não ser de responsabilidade do requerido a manutenção de tais dados técnicos, uma vez que estes são obtidos e tratados pelas empresas do grupo empresarial ao qual pertence, qual seja, *Somos e Cogna*.

Com base em tal fundamento, sugeriu, de forma incisiva, que o Ministério Público requisitasse as informações necessárias às referidas pessoas jurídicas e não ao requerido.

Pois bem.

Em consulta à rede mundial de computadores, observou-se que o material/sistema de ensino utilizado pelo requerido **Colégio Anglo de Balneário Camboriú** é utilizado também em diversas instituições de ensino espalhadas pelo país.

Tal informação foi confirmada pelo próprio réu, que esclareceu que a pessoa jurídica operante em Balneário Camboriú integra duas grandes redes, compostas por centenas de colégios situados neste país.

Segundo informações lançadas no site www.sistemanglo.com.br, são mais de "900 escolas parceiras, 300 mil alunos, 25 mil professores e 15 mil aprovações em 2023".

Dessa forma, a vinculação dos alunos apontados na lista de aprovados é referente ao sistema de ensino, e não ao Colégio requerido, responsável pela publicidade veiculada.

A publicidade em comento possui, além do dado de que 151 alunos

foram aprovados no vestibular da UFSC, o número de contato para os consumidores, qual seja, o número 47-35148500, que pertence ao **Colégio Anglo de Balneário Camboriú**.

A veiculação de informações, da forma como narrada, induz sem sombra de dúvidas os consumidores ao erro, uma vez que dá a entender que o número de alunos aprovados no vestibular da UFSC se refere aos alunos que compõe o Colégio cujo contato é ofertado, ou seja, o **Colégio de Balneário Camboriú**, e não que se tratam de alunos vinculados a colégios diversos espalhados pelo Brasil.

Além disso, restou demonstrado que o requerido não possuía **previamente à veiculação da publicidade**, conforme exige o CDC, os dados técnicos comprobatórios da afirmação.

Nesse cenário, em que pese a fragilidade das listas de alunos apresentadas pelo requerido nos autos do caderno indiciário, tem-se que eventual confirmação técnica de que 151 alunos que utilizam o **Sistema Anglo** no Brasil foram aprovados no vestibular da UFSC, não afasta o caráter abusivo e enganoso da publicidade veiculada, uma vez que, como dito, a forma como tais informações são projetadas, levam os consumidores a crer, mais especificamente os pais de futuros/pretenhos alunos, de que se trata de um Colégio específico, localizado em Balneário Camboriú, que possui alto índice de aprovação em um dos vestibulares mais concorridos do Estado, o que não é verdade.

Por outro lado, não prospera a narrativa de que os dados técnicos não estavam disponíveis, pois o grupo empresarial do qual faz parte é que os detém.

Ora, sendo a publicidade direcionada à captação de alunos da Unidade de Balneário Camboriú, e sendo esta de responsabilidade do requerido, é este quem possui o dever, nos termos da legislação vigente, de manter **antes** da efetiva veiculação, os dados técnicos comprobatórios.

De um modo ou de outro, a publicidade é enganosa, a prática é abusiva, merecendo a conduta tipificada no crime no do art. 66 do CDC reparação e regularização.

Não bastasse o cenário dos fatos ora narrados, que não deixam dúvida acerca do caráter enganoso da publicidade veiculada, ressalta-se que esta não é a primeira demanda em face do requerido em razão da veiculação de publicidade de caráter irregular e enganoso.

No ano de 2021 foram interpostas duas Ações Civas Públicas, quais sejam, 5019538-86.2021.824.0005 e 5021613-98.2021.824.0005, nas quais os pleitos liminares foram deferidos para adequação da conduta reiterada do requerido.

Embora tenha sido demandado em outras oportunidades, o requerido não assimilou a ilegalidade de suas ações, voltando a incorrer no mesmo ilícito, tudo em detrimento dos consumidores.

O conjunto probatório reunido nos autos demonstra, portanto, a existência de irregularidades nas publicidades promovidas pelo réu, relacionadas à aprovação de alunos no vestibular da UFSC, em evidente ofensa aos direitos dos consumidores, não restando outra alternativa ao *parquet* senão a interposição da presente demanda.

A Constituição Federal em seu artigo 5º, inciso XXXII, dispõe que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor, consagrando como princípio fundamental da ordem econômica no art. 170, inciso V.

No âmbito infraconstitucional, o art. 81 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que a defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente ou a título coletivo e que a defesa coletiva será exercida quando se tratar de interesses difusos, coletivos ou direitos individuais homogêneos, cuja situação legitima a atuação do Ministério Público (art. 82, I, CDC).

Além disso, o art. 4º do Código Consumerista elenca como objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo o respeito às *"necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo [...]"*.

Por sua vez, o art. 6º, inciso VI, do referido texto normativo destaca como direitos básicos do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos

patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

Já o artigo 37 veda toda e qualquer publicidade enganosa ou abusiva: **"Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. [...] § 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço";**

Nesse sentido, conforme entendimento consolidado pelo Superior Tribunal de Justiça, para caracterizar a publicidade enganosa basta a mera potencialidade de engano, não necessitando a prova de engano real, ou seja, a aferição é feita abstratamente, buscando simplesmente a capacidade de induzir em erro o consumidor, não exigindo, para sua configuração, a prova da vontade de enganar o consumidor (STJ, AgRg no AgRg no AREsp nº 224456- SP).

O referido diploma estabelece, ainda, em seu artigo 36, parágrafo único que: **"A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal. Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem"** (grifou-se).

Ora, a prática ora narrada expõe o consumidor a evidente risco, em detrimento do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, podendo caracterizar, inclusive, o crime previsto no art. 66 do mesmo diploma legal: **Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços.**

Na hipótese dos autos, mostra-se imperiosa a necessidade de intervenção do Poder Judiciário para garantir, por meio da prestação jurisdicional, a segurança à parte vulnerável da relação, em homenagem ao princípio da "efetiva prevenção" de danos aos consumidores, conforme expressa previsão do art. 6º,

inciso VI, do Código de Defesa do Consumidor.

Quanto à aplicação da norma consumerista ao caso, convém registrar que o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 2º, *caput*, intitula consumidor como toda pessoa, física ou jurídica, que utiliza serviço como destinatário final, e serviço como sendo qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (art. 3º, §2º), logo, verifica-se que o presente caso se subsume perfeitamente ao Código Consumerista, razão pela qual suas disposições protetivas devem ser aplicadas à espécie.

Nesta toada, além do princípio da prevenção, pertinente avocar também o princípio da precaução, segundo o qual se incentiva a antecipação da ação preventiva.

A precaução antecede a prevenção, sendo invocada para acautelar a ocorrência de danos ainda desconhecidos, imprevisíveis, porém, possíveis, devendo incidir para resguardar os consumidores de um risco futuro incerto e imprevisível.

Logo, é possível concluir que o material publicitário desenvolvido pela ré, seja o discutido nos presentes autos, seja aquele trazido nos autos das Ações Civis Públicas n. 5021613-98.2021.824.0005 e 5019538-86.2021.8.24.0005, tem colocado em risco os consumidores, diante da inobservância dos limites impostos pela norma consumerista, impondo-se, dessa forma, a imediata intervenção do Poder Judiciário.

3. Da necessária concessão de medida liminar

Os fatos articulados e todo o direito substantivo invocado, bem como o disposto no art. 12 da Lei n. 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública), indicam a possibilidade de concessão liminar de tutela de urgência:

Art. 12. Poderá o juiz conceder mandado liminar, com ou sem justificção prévia, em decisão sujeita a agravo.

A possibilidade de concessão de tutela de urgência é tratada também no Código de Processo Civil que estabelece, em termos gerais, que a

"tutela de urgência será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo" – artigo 30 *caput* – e permite, pelo poder geral de cautela, ao magistrado, a efetivação da tutela de urgência por "qualquer [...] medida idônea para asseguuração do direito" – artigo 301 do Código de Processo Civil.

A relevância do fundamento da demanda, consubstanciado na flagrante violação dos direitos consumeristas, demonstra, até em uma análise perfunctória, a imperiosa necessidade de que seja deferido o pleito liminar.

Na hipótese dos autos os elementos autorizadores para concessão da tutela urgência (*fumus boni iuris e periculum in mora*) emergem, com inquestionável clareza, dos próprios termos da narrativa já apresentada, que demonstram a veiculação de propaganda enganosa, capaz de induzir os consumidores a erro no momento da escolha da prestação de serviços educacionais.

Nessa linha de raciocínio, deve-se ressaltar que a não concessão da medida requerida, em prol da coletividade, durante o curso da demanda que se sabe é longo e demorado, poderá contribuir para concretização de danos à ordem consumerista, restando patente, portanto, o *periculum in mora* e o justificado receio da ineficácia provimento final.

4. Pedidos

Diante do exposto, o Ministério Público requer:

- a) o recebimento da presente petição inicial e dos documentos que a acompanham;
- b) seja concedida a tutela provisória de urgência antecipada requerida em caráter antecedente, nos termos dos artigos 300 e seguintes do Código de Processo Civil, e do artigo 12 da Lei da Ação Civil Pública (Lei n. 7.347/85), determinando-se ao requerido: **I-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados no vestibular da UFSC, tendo em vista a ausência de dados técnicos de embasamento; **II-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados

em vestibulares, utilizando-se de dados relacionados a alunos do "Sistema de Ensino Anglo" de todos o país, para fins de captação de consumidores à unidade de Balneário Camboriú; **III-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados em vestibulares de forma geral, sem a detenção de dados técnicos comprobatórios da afirmativa, relacionados à unidade de ensino a que se destina a publicidade; **IV-** retire, no prazo de 5 (cinco) dias, todas as veiculações de propagandas, postagens e anúncios, pagos ou não, com indicação do número de aprovados no vestibular da UFSC de 2023, em perfis mantidos em redes sociais, sites, banners, outdoors, panfletos, e qualquer outro meio de divulgação;

c) a citação do requerido para, querendo, contestar a presente ação, no prazo que lhe faculta a lei;

d) a produção de todos os meios de prova em direito admitidos mormente a juntada de documentos, além de outros que se fizerem necessários no curso do feito;

e) ao final, a procedência integral dos pedidos, para condenar o réu nas seguintes obrigações de fazer e não fazer: **I-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados no vestibular da UFSC, tendo em vista a ausência de dados técnicos de embasamento; **II-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados em vestibulares, utilizando-se de dados relacionados a alunos do "Sistema de Ensino Anglo" de todos o país, para fins de captação de consumidores à unidade de Balneário Camboriú; **III-** que se abstenha de veicular publicidade com a informação do número de alunos aprovados em vestibulares de forma geral, sem a detenção de dados técnicos comprobatórios da afirmativa, relacionados à unidade de ensino a que se destina a publicidade; **IV-** retire, no prazo de 5 (cinco) dias, todas as veiculações de propagandas, postagens e anúncios, pagos ou não, com indicação do número de aprovados no vestibular da UFSC de 2023, em perfis mantidos em redes sociais, sites, banners, outdoors, panfletos, e qualquer outro meio de divulgação; **V-** Divulgue, como contrapropaganda nos termos do artigo 60, §1º, do CDC, da mesma forma, frequência e dimensão, nos mesmos espaços, tamanhos, e horários, a informação de que os 151 alunos aprovados no vestibular da UFSC em 2023 não estão matriculados no Colégio Anglo Balneário Camboriú, com indicativo

de quantos alunos, estudantes do Colégio de Balneário Camboriú foram efetivamente aprovados; **VI-** ao pagamento de indenização em dinheiro, a título de dano moral coletivo, pelos danos causados à coletividade, em *quantum* a ser estabelecido pelo juízo, não devendo o valor da condenação ser inferior a 50 (cinquenta) salários mínimos em favor do Fundo de Reconstituição dos Bens Lesado do Estado de Santa Catarina.

Dá-se à causa o valor de R\$ 70.600,00 (setenta mil e seiscentos reais).

Balneário Camboriú, 06 de março de 2024.

Alvaro Pereira Oliveira Melo
Promotor de Justiça