



## Proibição imposta para a Gol fere Código do Consumidor

Os consumidores de todo o país vivenciaram nesta semana mais uma vez, o total desconhecimento pela legislação vigente. E não se limita a ilegalidade das operações contra os consumidores praticadas pelos pequenos comerciantes ou as grandes instituições bancárias, mas igualmente desrespeita os direitos dos consumidores o próprio governo e suas autarquias e demais “braços”.

A infelicidade é constatar que, inobservadas as normas legais pelos particulares e pelo poder público o consumidor, mais uma vez, ficará à mingua de seu direito, e portanto, não os terá validado, posto que, sequer seu maior guardião, o poder público, o conhece ou o faz valer.

Ouve-se muito dizer neste país que, lei pega e lei não pega, porém, não é o caso a se tratar, visto que ao se falar em Código de Defesa do Consumidor, estamos falando em diploma legal que, originário de determinação constitucional, teve seu chamado popular com a Carta Magna de 1988, ao que os constituintes entenderam por determinar, via conquista da “voz do povo”, se tratar de reconhecimento de direito indisponível, impondo-se assim, pelo artigo 170, como obrigatório seu reconhecimento.

Portanto, em que pese a determinação constitucional do reconhecimento “dos direitos do consumidor”, passados quatorze anos da vigência da lei específica, 8.078/90, sendo lei de ordem pública e de interesse social, conhecida como CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, ainda hoje sofremos com a falta de conhecimento deste tão avançado regramento jurídico, seja pelo Poder Judiciário que incansavelmente afasta a aplicação deste diploma, seja pelos particulares que insistem em deixar de verificar o regramento de suas obrigações para com seu mercado, seja pelo poder público, como é o caso em tela.

Assim, esclarecida a origem dos direitos feridos, vivemos esta semana mais um “ataque” à legislação consumerista com a suspensão arbitrária pelo DAC sobre a promoção de venda de bilhetes aéreos pela companhia GOL.

Certo é dizer que uma coletividade de consumidores, dentre os quais pertencço, recebeu sem contudo solicitar, a notícia sobre a venda de bilhetes (passagens) aéreas da GOL, para uma série de viagens, dentre as quais, São Paulo-Salvador-Recife-Fortaleza, dentre outras, com cada trecho ao preço promocional de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

Note-se que a promoção, amplamente divulgada, ainda hoje é mantida no site da empresa aérea como “promoção, aproveite e conheça agora – R\$ 50,00 – De 10 de Maio a 4 de Junho”...dentre outras condições de compra.

Porém, dita promoção, iniciada segunda-feira dia 10, fora no mesmo dia suspensa, com repercussão nacional através de noticiário televisivo, informando que o Departamento de Aviação Civil – DAC, através do ofício de número MSG153PL3/04, determinou a suspensão, vez que é o órgão oficial regulador.

Independente da justificativa legal, preço inferior ao mínimo operacional ou qualquer outro que o valha,



---

certo é dizer que, o consumidor, mais uma vez, fora lesado em seus direitos.

Nota-se que, ao ser chamado pela propaganda, o consumidor fora despertado de forma que respondesse ao chamado e, nesta esteira, fora uma comunidade incontável atingida pela propaganda, porém, estes consumidores não puderam adquirir seus bilhetes aéreos em virtude da suspensão imposta pelo DAC.

Assim perguntasse: -Teria o consumidor responsabilidade para com os atos, restrições, limitações, condições mínimas operacionais, DAC e etc?

Ora, de forma alguma...o que importa ao consumidor é: – existiu uma promoção, visto que seu próprio título assim informa, que o consumidor, sabendo que o preço ordinário desta companhia habitualmente é inferior às demais, esperava e constatou que o preço oferecido é inclusive inferior ao de passagens rodoviárias e portanto, poderia ter a opção de compra de talvez, a grande oportunidade de viajar, enfim, irrelevante o motivo do consumidor, capaz de isoladamente dar maior ou menor potencial à seu direito indenizatório, portanto, falemos assim do reconhecimento da obrigatoriedade do fornecedor quanto ao teor seu anúncio.

Assim, a GOL ao anunciar para a coletividade a venda promocional de seus bilhetes, tendo dita venda prazo de duração, poderia o DAC suspender a referida promoção, uma vez que os consumidores já foram atingidos pela propaganda?

Evidente que a a intenção do DAC não era ferir os direitos consumeristas, porém, restaram efetivamente feridos. Assim o é porque, prevendo o artigo 30 do CDC, que toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Portanto, é evidente que o consumidor tem pleno direito a ter acesso à compra dos bilhetes, entretanto, não é o caso de recusa do fornecedor em atender ou cumprir seu anúncio ou oferta, mas proibição por autoridade fiscal.

Neste caso, mais uma vez o consumidor não pode ser atingido, posto que, estando a companhia aérea descumprindo uma norma imposta pelo DAC, não poderão os consumidores terem seus direitos lesados, uma vez que não fazem parte da relação entre o fornecedor GOL e o DAC e a estes consumidores não se aplicam as regras impostas pelo DAC, mas tão só à GOL se aplicam.

Nesta esteira, cabendo unicamente ao fornecedor o ônus de seu negócio, previsão legal consumerista, igualmente não pode responder para com os vícios da dita promoção, não sendo aplicada ao consumidor portanto nenhuma restrição imposta pelo DAC, podendo assim, em função da previsão do artigo 35, o consumidor à sua livre escolha, requerer o cumprimento da oferta, o que lhe permite uma ação de obrigação de fazer para o que não se poderá sequer fazer parte o DAC, vez que não é parte interessada ou; aceitar outra passagem, em outra ocasião, se assim satisfizer a vontade do consumidor, ressalvado o direito de pagar pelo preço anunciado, ou ainda, direito a indenização por perdas e danos pelo fato de ter sido atingido pela propaganda que lhe interessou e da qual não pôde se beneficiar.



Este é o compromisso estabelecido pelo CDC, em proteção dos consumidores aos anúncios, propagandas e demais chamadas a que esta sujeito, uma vez que, ciente a companhia aérea das restrições operacionais eventualmente estabelecidas pelo DAC, não deveria sequer anunciar tamanha promoção, porém, uma vez divulgadas, deverá cumprir, eventualmente de forma forçada, e ainda, eventualmente, indenizando as vítimas da oferta não concretizada, independente de sua culpa, vez que tratamos de responsabilidade objetiva do fornecedor.

Esta é uma singela contribuição dos pensamentos que, na qualidade de consumidor e estudioso da matéria, pude tecer ao sentir, na própria pele, as inúmeras limitações e abusivas situações a que a coletividade esta exposta cotidianamente, inclusive pelo poder público.

**Date Created**

20/05/2004