
Consumidor não pode devolver bilhete comprado na internet

Com o advento da internet, um novo meio de realização de negócios jurídicos surgiu. Em busca de maior agilidade no mercado e redução de custos, algumas empresas aéreas passaram a vender suas passagens diretamente ao consumidor, por intermédio do comércio eletrônico.

A partir de então, surgiu a controvérsia com relação à possibilidade de o comprador socorrer-se do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor para desistir do negócio, no prazo de sete dias, contados do ato de celebração do contrato.

Na nossa opinião, esse dispositivo legal não pode ser aplicado, tendo em vista que, na compra de passagens aéreas pela internet, o consumidor exerce, sem qualquer interferência, sua vontade de contratar.

O artigo 49 do Código tem como objetivo proteger o consumidor quando ele está fora do estabelecimento comercial e recebe uma proposta inesperada, não tendo, assim, tempo hábil para efetivar o negócio como se estivesse na loja, analisando pormenorizadamente as condições de compra e do produto.

Volta e meia, o consumidor é surpreendido em sua residência e acaba por fechar contratos de compra de produtos ou serviços por telefone, ou então é levado pelo “canto da sereia” e adquire produtos ou serviços que vê em comercial de televisão.

O objetivo do legislador foi justamente o de proteger o consumidor dessas práticas comerciais mais agressivas e que vêm se tornando praxe no mercado. Entretanto, é preciso deixar bem claro que a hipótese de venda de passagens aéreas pela internet apresenta um cenário diametralmente oposto do visto acima.

Com efeito, mesmo sem suscitar a discussão de ser ou não o site a continuidade do estabelecimento comercial, a verdade é que o consumidor tem em suas mãos todos os ingredientes necessários para exercer, com a devida cautela, sua vontade de contratar.

O famigerado efeito surpresa, que levou o legislador a criar o artigo 49 do CDC, não ocorre nas compras de passagens aéreas feitas pela internet, uma vez que é o consumidor que, por sua livre e espontânea vontade, dirige-se ao site para celebrar o negócio.

Sem dúvida alguma, o objetivo nítido do legislador foi impedir o prejuízo do consumidor que não tem muito tempo para pensar e torna-se uma presa fácil quando é abordado pelo fornecedor fora do estabelecimento comercial, em sua própria casa ou local de trabalho, por visitas ou telefonemas.

Tal técnica de marketing evidencia a atitude ativa do fornecedor de produtos ou serviços, na medida que o consumidor, algumas vezes, pela quantidade de informações repassada, não se encontra seguro o suficiente para concretizar o negócio proposto.

Isso, contudo, não acontece com a venda de passagens aéreas. O consumidor, com o tempo que necessita, após formar seu convencimento, vai ao encontro do fornecedor de serviços de transporte aéreo, sendo a única diferença do negócio a facilidade de sua concretização decorrente da utilização do comércio eletrônico.

Deve-se ter em mente ainda que a aplicação do artigo 49 do CDC, com relação à venda de passagens aéreas, praticamente aniquilaria a utilização da internet para tal fim, tendo em vista que os consumidores que adquirissem o bilhete aéreo sete dias antes do embarque poderiam desistir do negócio em cima da hora, gerando, assim, prejuízos incontornáveis às companhias aéreas.

Vale registrar que, ao promover a tarefa constitucional de defesa do consumidor, a lei tem o dever de protegê-lo de situações de vulnerabilidade, restabelecendo o equilíbrio e igualdade nas relações de consumo.

Contudo, o Código de Defesa do Consumidor deve ser aplicado caso a caso, com boa-fé, e de modo a não gerar vantagem excessiva ao comprador. Foge ao bom senso imaginar que o consumidor teria o direito de adquirir passagem aérea sete dias antes do embarque e mais tarde desistir da viagem, utilizando-se, para tanto, do artigo 49 do CDC. Seria a ressurreição da “Lei de Gérson”, muito boa para aqueles que gostam de tirar vantagem em tudo.

Apesar de ser considerado atual, o Código de Defesa do Consumidor não conseguiu o acompanhar os passos largos e rápidos da internet. Há dez anos, ninguém imaginaria o comércio eletrônico que temos hoje, no qual praticamente todas as mercadorias de um estabelecimento comercial são transferidas para a tela de um computador.

Como se vê, por qualquer ângulo que se analise a questão, resta inequívoca a não aplicabilidade do artigo 49 do CDC para a hipótese de venda de passagens aéreas.

Date Created

05/06/2005