

Aérea não pode oferecer compra online e exigir cancelamento físico

A empresa aérea que disponibiliza aos consumidores a opção do resgate de passagens aéreas com "pontos" pela internet, por meio de programa de fidelidade, é obrigada a oferecer a mesma funcionalidade nos casos de cancelamento e de reembolso.

123RF



Membros do programa de fidelidade que resgatassem passagens online só conseguiriam cancelá-las presencialmente

123RF

Com esse entendimento, a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça negou provimento ao recurso especial ajuizado pela Latam e manteve a ordem para que ela disponibilize sistema eletrônico de cancelamento de passagens adquiridas por programa de fidelidade pela internet.

O caso trata de um programa oferecido pela empresa, que permite que os passageiros acumulem pontos e os utilizem para resgatar passagens aéreas ou diversos outros benefícios, como *upgrade* de cabine ou produtos em estabelecimentos parceiros.

Apesar de permitir que o resgate de passagens seja feito pela internet, a Latam estava exigindo que o cancelamento das mesmas fosse feito presencialmente, nos aeroportos, ou por telefone, em contato com a central de vendas.

Segundo a empresa, isso é possível porque os programas de fidelidade não têm previsão específica em lei. Logo, não estaria obrigada a adotar qualquer procedimento. As instâncias ordinárias, no entanto, entenderam que o ato de facilitar uma compra e dificultar um cancelamento é abusivo.

Relator na 4ª Turma do STJ, o ministro Luis Felipe Salomão manteve esse conclusão. Para ele, a conduta da Latam impõe ônus excessivo ao consumidor, que é obrigado a usar medidas muito menos efetivas para cancelar uma passagem que facilmente resgatou pela internet.

"Disso se conclui que a conduta serviria mesmo como um desestímulo ao consumidor no caso de cancelamento de passagem adquirida pelo programa de fidelidade e, assim, reaver os pontos utilizados



para a compra — situação que geraria, por outro lado, vantagem para o fornecedor", disse.

Para ele, a condenação a ofertar canal eletrônico na internet para cancelamento de passagens adquiridas pelo programa de fidelidade não se trata de ingerência na atividade empresarial, mas a necessidade de adotar um comportamento coerente e que não prejudique o consumidor.

"A conduta, portanto, revela-se dissociada da boa-fé que deve reger, como se disse, todas as relações jurídicas privadas, e não apenas aquelas sob os influxos do CDC [Código de Defesa do Consumidor]", apontou o ministro Salomão. A votação na 4ª Turma do STJ foi unânime.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão

REsp 1.966.032

Date Created

19/09/2022