

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR JUIZ DE DIREITO DA \_\_\_\_ VARA DE DIREITOS DIFUSOS,  
COLETIVOS E INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS DA COMARCA DE CAMPO GRANDE – MS**

**COM PEDIDO DE TUTELA DE URGÊNCIA**

**O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**, por meio da 25ª Promotoria de Justiça do Consumidor desta comarca, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência para, com fulcro no art. 129, inc. II e III, da Constituição Federal; nos arts. 81, 82, inciso I, todos do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), e nos arts. 1º, inciso II, 5º, inciso I, da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985 e no artigo 47 da Lei n. 12.529/2011 e art. 300 e seguintes do Código de Processo Civil e com base nas peças de informação constantes dos autos do Inquérito Civil nº. 06.2018.00002222-0, propor **AÇÃO CIVIL PÚBLICA, com pedido de tutela de urgência**, a ser processada pelo rito ordinário, em face de

**AZUL LINHAS AÉREAS BRASILEIRAS S/A**, inscrita no CNPJ/MF nº 09.296.295/0001-60, com sede na Avenida Marcos Pentead de Ulhôa Rodrigues, 939, 9º Andar, Tamboré, Edifício Jatobá, Condomínio Castelo Branco – Office Park, Barueri/SP, CEP 06.460-040, endereço eletrônico <http://www.voeazul.com.br/>.

Pelos fatos e fundamentos de direito a seguir expostos:

## I – Dos Fatos

Os fatos a seguir delineados resultam das constatações apuradas por meio do Inquérito Civil nº 06.2018.00002222-0, instaurado no âmbito da 25ª Promotoria de Justiça, visando apurar a prática de venda casada. A conduta se refere à cobrança de taxa denominada “serviço de conveniência”, vinculada a aquisição de passagem aérea por meio do programa de pontos da companhia aérea “Azul” sem que fosse facultado ao consumidor a opção de contratação, ou não, do serviço condizente à cobrança da taxa.

O procedimento se originou a partir de reclamação feita por consumidor, o qual informou ter realizado a compra de passagem aérea, utilizando o programa de pontos TudoAzul, por meio do site da empresa Azul Linhas Aéreas. Porém, o consumidor notou que **a empresa em tela efetuou a cobrança de “taxa de serviço de conveniência” vinculada à passagem aérea sem sua solicitação prévia**, bem como, não apresentou opção de aquisição ou não do serviço (fl. 08).

Este *Parquet* solicitou esclarecimentos da companhia aérea. Esta informou que a referida taxa se trata de uma “contraprestação por um benefício efetivamente oferecido ao consumidor que adquire passagens aéreas mediante pagamento com pontos TudoAzul”, podendo cancelar ou alterar a sua passagem aérea em até 36 (trinta e seis) horas após a aquisição do bilhete (fl. 18).

A empresa informou ainda que “a cobrança da referida taxa ocorre apenas na compra de passagens aéreas pagas com pontos TudoAzul através do *website* ou do *callcenter*” e que a taxa de conveniência não é cobrada nas compras efetuadas pelo aplicativo *mobile* e nas lojas dos aeroportos (fl. 18).

Nesse sentido, os fatos e documentos juntados no Inquérito Civil demonstraram uma série de irregularidades na existência e cobrança dessa taxa de “serviço de conveniência”.

Nesse viés, o PROCON/MS informou que no período de janeiro de 2017 até maio de 2018, **72 reclamações formais foram registradas em face da companhia aérea** (fl. 84). A partir da análise das fichas de atendimento encaminhadas pelo órgão, verificou-se que a empresa vem praticando uma série de irregularidades e ilegalidades contra o consumidor.

Além disso, este *Parquet* realizou simulações visando apurar a cobrança indevida da taxa de “serviço de conveniência” quando a aquisição da passagem ocorre por meio do programa de pontos. Conforme certidão de fls. 168/169, por meio do *callcenter* foi cobrado o valor de R\$ 55,00 (cinquenta e cinco reais) referente à determinada “taxa de emissão”.

Em consonância, pelo *website* foi realizada a cobrança de R\$ 63,80 (sessenta e três reais e oitenta centavos) referente ao serviço de conveniência<sup>1</sup>.

The screenshot shows the Azul website interface for flight selection. The search criteria are CGR to CGH, departure on 01 Jun 2019, and 1 adult. The results are displayed for two directions: IDA (outbound) and VOLTA (return). The IDA flight is on Saturday, 1 Jun 2019, and the VOLTA flight is on Sunday, 3 Jun 2019. The 'Serviço de conveniência' fee is highlighted with a red circle in the 'Taxas e Serviços' section of the flight details.

Detalhes do voo:	PONTOS TUDOAZUL
<input checked="" type="radio"/> 50.000 pts	
<input type="radio"/> 15.000 pts + R\$ 817,89	
<input type="radio"/> 22.500 pts + R\$ 685,89	
<input type="radio"/> 37.500 pts + R\$ 553,89	
<input type="radio"/> 40.000 pts + R\$ 487,89	

Detalhes do voo:	PONTOS TUDOAZUL
<input checked="" type="radio"/> 50.000 pts	
<input type="radio"/> 15.000 pts + R\$ 824,95	
<input type="radio"/> 22.500 pts + R\$ 692,95	
<input type="radio"/> 37.500 pts + R\$ 560,95	
<input type="radio"/> 40.000 pts + R\$ 494,95	

Passageiros Adulto	Valor
Passageiros Adulto	R\$ 0,00
Passageiros Adulto	100.000 Pts
Taxas e Serviços	R\$ 58,84
Serviço de conveniência	R\$ 63,80
<b>Total em pontos:</b>	<b>100.000 pts</b>
<b>Total a pagar:</b>	<b>R\$ 122,64</b>

<sup>1</sup> Consulta realizada por meio do site: <https://viajemais.voeazul.com.br/Availability.aspx>. Acesso em: 31 de maio de 2019.

Pelo aplicativo, não houve a cobrança da taxa. Em contrapartida, ressalta-se que o aplicativo *mobile* apresentou diversas reclamações de falhas, não permitindo a compra de passagens pelos usuários (fls. 120/162).

Ademais, observa-se incoerência quanto à nomenclatura utilizada para as taxas – ora “serviço de conveniência”, ora “taxa de emissão”. Esse fator dificulta o entendimento do consumidor sobre qual o objeto da cobrança.

Portanto, atualmente, ao utilizar do programa de pontos TudoAzul, **o consumidor está condicionado ao pagamento de um produto ou serviço (passagem aérea) a outro produto ou serviço (serviço de conveniência).**

Outrossim, a cobrança de “taxa de conveniência” com o objetivo de poder cancelar/desistir, no prazo de 36 (trinta e seis) horas, da compra efetuada fora do estabelecimento comercial, como é o caso das contratações por meio do programa de pontos realizado pelo *website* ou *callcenter*, é ilícita no que toca o poder de desistência, pois a legislação consumerista garante aos consumidores o direito de desistência no prazo de 7 (sete) dias às compras fora do estabelecimento.

Por fim, conforme se depreende da fl. 110, tem-se que o valor da “taxa de conveniência” sofre variação de acordo com o canal de compra, *website* ou *callcente*, bem como em relação ao tipo de voo, internacional ou doméstico.

Assim, diante de todas as irregularidades apontadas, fora oficiado a requerida para que manifestasse seu interesse em firmamento de Termo de Ajustamentos de Conduta (fls. 91), entretanto, a empresa ré informou que não possui interesse em firmar um termo de ajustamento de conduta (fls. 12/94).

Diante dos fatos descritos já é possível demonstrar as motivações do ajuizamento da presente Ação Civil Pública. Todavia, adiante, demonstrar-

se-á, os direitos consumeristas violados e os fundamentos jurídicos que motivam o provimento integral desta demanda por este Juízo.

## II – Dos Fundamentos Jurídicos:

### a) Da Venda Casada entre Passagem Aérea e “Serviço de Conveniência”

Os fatos narrados na presente inicial em conjunto com os documentos acostados a ela comprovam que a ré, abusando do seu direito na prestação de serviço público concedido na área de transporte aéreo, incorreu em prática comercial desleal. Pois, **condiciona o consumidor à cobrança de um serviço** somente quando ocorre a utilização do programa de pontos, impondo-le onerosidade excessiva.

Analise-se, a ré inseriu a cobrança da “taxa de serviço de conveniência” nas compras realizadas por meio dos maiores canais de compra, a internet e o *callcenter*. Nesse sentido, é imprescindível ressaltar que o Brasil possui a lei do Marco Civil da Internet, que tem como um dos pilares o amplo acesso à internet (art. 4º, inc. I da Lei 12.965/2014). Contudo, a companhia Azul Linhas Aéreas não só abusa da cobrança indevida pela internet, como também sugere que o consumidor procure outros meios de compras para se abster de uma taxa abusiva.

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor veda expressamente a prática da ré:

“Art. 39. **É vedado ao fornecedor** de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:  
I - **condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;” (Grifo Nosso)

O chamado “serviço de conveniência”, segundo informação prestada pela fornecedora, consiste no poder do cliente de alterar ou cancelar suas passagens aéreas. Entretanto, esse direito já é garantido pela legislação consumerista, como será exposto adiante.

No entanto, o consumidor que deseja adquirir a passagem aérea, por meio do programa de pontos, convicto que não necessitará alterar ou cancelar sua compra, encontra-se compelido ao pagamento do “serviço de conveniência”. E, caso não queira pagar essa “taxa”, o consumidor se encontra novamente condicionado a utilizar outro produto da companhia aérea, o “aplicativo *mobile*”.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu §1º do art. 3º, define que “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”. Neste último, incluem-se os *softwares*, é o que nos ensina Flávio Tartuce<sup>2</sup>, *in verbis*:

“A encerrar o presente tópico, atente-se ao fato de que **os produtos digitais também podem ser englobados pela Lei Protetiva do consumidor, caso de** programas de computador ou ***softwares***.” (Grifo nosso)

Os aplicativos destinados à *smartphones* são indubitavelmente *softwares*, portanto, são definidos pela legislação consumerista como produtos. Portanto, **resta comprovado que, por mais de uma vez, a Azul Linhas Aéreas Brasileiras S/A condiciona os consumidores à aquisição de seus produtos ou serviços de forma abusiva.**

A subsunção do fato a norma neste caso é evidente, pois, nas palavras da legislação consumerista, a ré **condiciona o fornecimento de produto ou de serviço (passagem aérea) ao fornecimento de outro produto ou serviço (serviço de conveniência).**

Caso o consumidor não queira pagar essa taxa de “serviço de conveniência” a companhia aérea novamente **condiciona o fornecimento de produto ou de serviço (passagem aérea) ao fornecimento de outro produto ou serviço (aplicativo mobile)**. Ressalta-se que conforme apurado por este *Parquet*, adiante será demonstrada a ineficácia do aplicativo *mobile*, não

<sup>2</sup> TARTUCE, Flávio; ASSUMPÇÃO NEVES, Daniel Amorim. *Manual de Direito do Consumidor*. Volume Único - 7ª ed. São Paulo: Método, 2018. Fl. 117.

permitindo a aquisição da passagem sem a aquisição do “serviço de conveniência”.

### **b) Da Ilegalidade na Cobrança de Taxa de Conveniência nas Vendas Realizadas pela Internet**

Em análise dos fatos apurados no Inquérito Civil supracitado, restou evidenciado que a companhia aérea Azul realiza a cobrança de taxa de conveniência nas compras utilizando pontos do Programa TudoAzul realizadas pela internet.

No entanto, esta prática viola os direitos consumeristas. Haja vista a configuração da venda casada e a transferência indevida do risco da atividade comercial do fornecedor ao consumidor, pois o custo operacional da venda pela internet é ônus do fornecedor.

Esse foi o entendimento da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), no julgamento do Resp nº1737428, que trata de ação coletiva de consumo ajuizada pela Associação de Defesa dos Consumidores do Rio Grande do Sul em face da empresa Ingresso Rápido pela cobrança indevida da taxa de conveniência.<sup>3</sup>

A ministra Nancy Andrighi frisou “**a venda pela internet, que alcança interessados em número infinitamente superior do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores (...)**”. De maneira análoga, a venda pela internet de passagens aéreas alcança interessados em números superiores ao dos outros canais de vendas, privilegiando os interesses da companhia aérea.

Nesse sentido, a companhia aérea se exime dos custos referentes à venda de passagens aéreas pela internet. E, é imposto ao consumidor o pagamento da taxa de conveniência apenas por realizar a

<sup>3</sup> STJ. Processo Resp nº1737428 / RS. Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI. Órgão Julgador T3 – TERCEIRA TURMA. Data do Julgamento: 12/03/2019.

compra pelo maior canal de vendas atual, a internet. Diante disso, é evidente que a taxa de conveniência é benéfica somente à companhia aérea.

Portanto, a prática da venda de ingressos utilizando pontos TudoAzul é ilegal e produz ônus excessivo aos consumidores.

### c) Da Supressão do Direito de Desistência

O “serviço de conveniência” imposto pela ré durante a compra de seus produtos utilizando o programa de pontos TudoAzul por meio do *callcenter* e do *website*, afronta de maneira abrupta a legislação consumerista.

Conforme alegado pela ré, a contratação desse serviço confere ao consumidor o poder de cancelar/alterar suas passagens aéreas em um período de 36 (trinta e seis) horas, contadas do ato da compra.

Ora, se a ré deseja fornecer um serviço que permite **alterar** a passagem aérea em determinado período de tempo, não há irregularidade. Todavia, a opção de **cancelar/desistir** do contrato em até 7 (sete) dias é um direito básico do consumidor e jamais deveria ser fornecido mediante remuneração.

O período de 36 (trinta e seis horas) horas para desistência, que o “serviço de conveniência” confere ao consumidor, caracteriza uma **supressão do direito** previsto pelo artigo 49 da Lei 8.078/90:

“Art. 49. **O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço**, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.” (Grifo nosso)

Num sentido lógico, tendo em vista que o “serviço de conveniência” fornece ao consumidor a opção de desistência em 36 (trinta e seis) horas da passagem aérea, e a legislação fornece 7 (sete) dias, **a ré de forma ultrajante propõe que os consumidores paguem pela redução e utilização de um direito.**

Por essa lógica, o consumidor não somente vem sendo obrigado a contratar o “serviço de conveniência” em suas compras com pontos TudoAzul, como também paga para ter um direito suprimido.

#### **d) Da Ineficiência do “Aplicativo *Mobile*” e da Segregação do Consumidor**

A companhia disponibiliza apenas dois meios de compra de seus produtos utilizando o programa de pontos e sem incidência de taxa de conveniência, pelo *callcenter* ou aplicativo *mobile*.

Nesse viés, a ausência de cobrança da “taxa de conveniência” somente pelas compras feitas pelo “Aplicativo *Mobile*” é uma forma de segregação ilícita do consumidor, baseado no fato de que nem todos os consumidores têm acesso a esse tipo de tecnologia ou conhecimento pra utilizá-lo e são conseqüentemente obrigados a pagar a “taxa de conveniência” para não realizar a compra por outros meios.

A prática é abusiva, pois nos termos do artigo 39, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [...]

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;”

Diante disso, tendo em vista a ampla utilização da internet, por meio do *website*, o “serviço de conveniência” deveria ser adquirido pelo consumidor somente se ele o desejasse incluir e com o objetivo de obter o direito de alterar as passagens no prazo convencionado. Nem todos os consumidores têm interesse em poder alterar sua compra e possuem o direito de não adquirir o serviço.

Ademais, **constatou-se que a plataforma do aplicativo mobile da companhia aérea apresenta diversos erros e é ineficiente para atender as demandas dos consumidores.**

Nos autos do Inquérito Civil supramencionado, encontra-se colacionado um repertório amplo de reclamações quanto a baixa qualidade do aplicativo (fls. 120/162). Permita-se transcrever algumas delas, retiradas do site Reclame Aqui:

*“Há quatro dias tento comprar trechos de ida e volta com pontos tudo azul **via App**, entretanto, após preencher os dados do cartão e confirmar, a compra nunca chega a ser concluída; aparece **uma mensagem de erro**. Me pergunto **se esse erro não seria proposital para nos obrigar a pagar a taxa de conveniência** que é cobrada quando efetuamos a compra via site ou telefone.” – ID: 36498193 (fl. 125)*

*“Tentei durante diversas vezes **emitir passagens pelo App**, sem sucesso. Imaginei que fosse pela instabilidade durante a Black Friday. Passou a promoção, tentei novamente (mesmo estando bem mais caro), e **o erro continua**. Tudo **isso é para cobrarem a bendita Taxa de Conveniência?** Aguardo uma solução...” – ID 40401941 (fl. 136)*

*“Para emitir uma passagem aérea usando pontos Tudo Azul, a cia aérea cobra uma absurda taxa de (in)conveniência de R\$ 29,90. O único canal de compra no qual essa taxa não é cobrada **é através do app**. No entanto, após selecionar os vôos desejados, aparece a mensagem **“Não foi possível realizar a reserva, tente novamente”**. **Eu tentei inúmeras vezes e não consegui**. Gostaria de saber **se realmente é possível comprar pelo app ou se é apenas um “engodo” pra dizer que existe um meio de comprar sem a taxa, mas que na verdade não funciona? Enganando o consumidor, Azul?**” – ID 40176331 (fl. 141)*

Diante disso, conforme já suscitado pelos consumidores, se o aplicativo não atende devidamente os consumidores, **os consumidores ficam condicionado a adquirir passagem aérea com pontos TudoAzul somente mediante o pagamento da taxa de “serviço de conveniência”**.

**e) Da Incoerente e Indefinida Nomenclatura “Taxa de Serviço de Conveniência” e “Taxa de Emissão”**

A nomenclatura do serviço oferecido pela ré não é clara e é de difícil compreensão pelo consumidor.

Em diligências realizadas no Inquérito Civil instaurado por este *Parquet*, pôde-se verificar que o *site* da companhia não apresenta nenhum tipo de informação quanto à natureza da “taxa de serviço de conveniência”. Pelo contrário, ela é apenas incluída automaticamente na aba de compras.

Nesse sentido, a companhia aérea informou que o *website* apresenta informações para o usuário em sua página inicial e no momento da compra. No entanto, não foi o verificado por esta Promotoria de Justiça, visto que na página inicial da empresa há um breve texto com letras minúsculas no rodapé da página que dispõe sobre determinada “taxa de emissão”, nomenclatura totalmente diversa “serviço de conveniência”. Além disso, não informa qual a razão de sua cobrança, não explica o serviço ao qual está relacionada, limitando-se a informar os valores cobrados em cada tipo de compra (fls. 109/113).

Diante disso, resta a dúvida ao consumidor que não sabe se está pagando por uma “taxa de emissão” ou se por um “serviço de conveniência.” Isto é, o consumidor não tem conhecimento do que está pagando e, muitas vezes, nem sabe que pode alterar ou cancelar as passagens em até 36 (trinta e seis) horas.

A incoerência da nomenclatura é relevante, uma vez que confunde o consumidor acerca de sua finalidade.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 6º, inciso III, prevê o direito de informação do consumidor, como se vê da transcrição abaixo:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;”

Diante dessa falha de prestação de informação, observa-se mais um direito violado pela ré e mais um ponto a ser adequado.

## f) Da Variação Ilícita do Valor da “Taxa de Conveniência”

Segundo informado pela ré, o serviço de conveniência “consiste na liberdade do consumidor alterar ou cancelar a sua passagem em até 36 (trinta e seis) horas após a aquisição do bilhete, sem qualquer custo”.

Diante desse exposto, é evidente que o “serviço de conveniência” é padronizado, ou seja, não sofre alterações, é o mesmo para todos os tipos de compra de passagens.

No entanto, é possível verificar por meio do *website* da ré que o valor da “taxa de conveniência” sofre alteração conforme o canal de compra escolhido, é o que se verifica na página da empresa<sup>4</sup> (fls. 163), *in verbis*:

“COMPRAS EM PONTOS: Para reservas emitidas com pontos no **canal de atendimento** (+55 11 4003-1141), o valor da cobrança é **a partir de R\$ 55,00 (cinquenta e cinco reais) por passageiro para voos domésticos e a partir de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por passageiro para voos internacionais**. Para reservas emitidas com pontos **no website** para **voos domésticos o valor da cobrança é a partir de R\$ 29,90 (vinte e nove reais e noventa centavos) por passageiro e por trecho para voos internacionais a partir de R\$ 100,00 (cem reais) por passageiro e por trecho**. Haverá isenção da tarifa de emissão caso a compra seja efetuada através do aplicativo mobile (via smartphone ou tablet) ou lojas dos aeroportos (desde que a emissão seja efetuada pelo titular dos pontos para sua própria viagem)”

Ademais, não há fundamento que justifique a diferenciação na cobrança de tarifa de acordo com o canal de compra utilizado pelo consumidor. Vale mencionar o exposto pelo Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 39. **É vedado** ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

V - **exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;**

Art. 51. São **nulas de pleno direito**, entre outras, **as cláusulas contratuais** relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

[...]

IV - **estabeleçam obrigações** consideradas iníquas, abusivas, **que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada**, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

<sup>4</sup> <https://viajemais.voeazul.com.br/>

...]

§ 1º **Presume-se exagerada**, entre outros casos, a **vantagem que:**

[...]

III - **se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.**”

Assim, a taxa que demonstra um valor maior apenas em decorrência do valor do serviço principal, sem alteração no serviço oferecido, é vantagem exagerada, excessivamente onerosa e injustificada. Por conseguinte, é prática ilegal por ser vedada pela legislação consumerista.

### **g) Do Dano Material Individual**

A cobrança da “taxa de conveniência” pela Azul Linhas Aéreas Brasileiras acarretou redução patrimonial aos consumidores. Visto que a tarifa acrescida pela ré em todas as compras foi realizada de forma compulsória. Restando caracterizado cobrança ilícita e, portanto, danos materiais.

Trata-se de direito básico do consumidor a reparação por danos patrimoniais sofridos, o art. 6º do Código de Defesa do Consumidor dispõe:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...]

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;”

O Código Civil normatiza a reparabilidade dos danos materiais causados por ato ilícito, conforme o art. 196:

“Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”

Em consonância, evidenciada a conduta ilícita da companhia aérea, em cobrar valor indevido dos consumidores, causando prejuízo aos consumidores, aplica-se o disposto no art. 927 do Código Civil, *in verbis*:

“Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.”

Reitera-se que muitos clientes pagaram a taxa mesmo sabendo que jamais utilizariam o serviço. Além disso, ressalta-se o amplo contingente

de consumidores que pagaram a taxa sem mesmo saber do que se trata. Assim, é clarividente os danos materiais sofridos que demandam reparação.

Diante disso, o parágrafo único do art. 42 do Código de Defesa do Consumidor é taxativo:

“Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça. Parágrafo único. **O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais**, salvo hipótese de engano justificável.” (Grifo nosso)

Assim, requer que a ré seja condenada a restituição da quantia paga por cada consumidor referente à taxa de “serviço de conveniência”, da forma mais ampla e completa possível e em dobro nos termos do parágrafo único do art. 42 do CDC.

#### **h) Do Dano Moral Coletivo**

O artigo 6º, inciso VI, da Lei Federal nº 8.078/90 conceitua como direito básico do consumidor **a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos**.

Inicialmente, cumpre ressaltar que, em regra, sempre que no exercício de suas práticas comerciais o fornecedor de produtos ou serviços vier a lesar o destinatário final da relação de consumo, automaticamente surge o dever de indenizá-lo de maneira efetiva, de modo a reparar não só a lesão economicamente experimentada, mas também aquela de índole extrapatrimonial ou, em outras palavras, dano moral.

A indenização por danos causados a terceiros na esfera cível abrange não só os danos patrimoniais sofridos, como também aqueles de índole extrapatrimonial, relativo aos direitos da personalidade – o dano moral.

No caso em tela, não há como não reconhecer a lesão à moral coletiva de todos os usuários de serviço de transporte aéreo da empresa Azul

Linhas Aéreas, os quais, atualmente, sofrem com as práticas ilegais e abusivas perpetradas pela requerida.

Hodiernamente o ordenamento jurídico pátrio vem pacificando a questão do dano moral coletivo<sup>5</sup>, admitindo que se há um ato ilícito que merece ser reparado em alcance individual, com mais razão ainda é de se reconhecer a necessidade de reparação de um dano cuja abrangência transcende a uma só pessoa, demonstrando maior gravidade da lesão, dentre outros argumentos.

Ao dissertar sobre o tema, ANDRÉ DE CARVALHO RAMOS<sup>6</sup> pontifica:

*“(…) é preciso sempre enfatizar o imenso dano moral coletivo causado pelas agressões aos interesses transindividuais. Afeta-se a boa-imagem da proteção legal a estes direitos e **afeta-se a tranquilidade do cidadão, que se vê em verdadeira selva, onde A LEI DO MAIS FORTE IMPERA.***

*Tal intranqüilidade e sentimento de desapareço gerado pelos danos coletivos, justamente por serem indivisíveis, acarretam lesão moral que também deve ser reparada coletivamente. **Ou será que alguém duvida que o cidadão brasileiro, a cada notícia de lesão a seus direitos não se vê desprestigiado e ofendido no seu sentimento de pertencer a uma comunidade séria, onde as leis são cumpridas? A expressão popular ‘o Brasil é assim mesmo’ deveria sensibilizar todos os operadores do Direito sobre a urgência na reparação do dano moral coletivo”.***

Referido autor também salienta a importância que reveste a reparação do dano moral coletivo:

*“(…) deve o magistrado levar em consideração que a reparação do dano moral coletivo representa para a coletividade um reconhecimento pelo Direito de valores sociais essenciais, tais quais a imagem do serviço público, a integridade de nossas leis e outros, que compõem o já fragilizado conceito de cidadania do brasileiro. Só com o reconhecimento da reparação do dano moral coletivo que poderemos recompor a efetiva cidadania de cada um de nós”<sup>7</sup>.*

<sup>5</sup> “O passo inicial para a aceitabilidade do dano moral coletivo foi a admissão da tutela da honra objetiva da pessoa jurídica. Evolui-se para a concepção de que um ente criado por lei (pessoa jurídica) pode ser vítima de dano moral, pois lhe reconhece a titularidade de direitos imateriais como o nome e a reputação. Portanto, o mesmo raciocínio pode ser utilizado para um ente despersonalizado (coletividade)”(in SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 168.)

<sup>6</sup> RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 83.

<sup>7</sup> RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p.87.

De fato, é preciso ater-se para a realidade de que a coletividade (em que pese consista em um ente despersonalizado) possui relevantes valores morais que merecem ser preservados com muito mais rigor, mormente em virtude de sua dimensão, do que a moral individual:

*“Devemos ainda considerar que o tratamento transindividual aos chamados interesses difusos e coletivos origina-se justamente da importância destes interesses e da necessidade de uma efetiva tutela jurídica. Ora, tal importância somente reforça a necessidade de aceitação do dano moral coletivo, já que a dor psíquica que alicerçou a teoria do dano moral individual acaba cedendo lugar, no caso do dano moral coletivo, a um sentimento de despreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade. Imagine-se o dano moral gerado por propaganda enganosa ou abusiva. O consumidor em potencial sente-se lesionado e vê aumentar seu sentimento de desconfiança na proteção legal do consumidor, bem como no seu sentimento de cidadania. Como lembra o estudioso Carlos Alberto Bittar Filho: ‘Quando se fala em dano moral coletivo, está-se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico’.”<sup>8</sup>*

É, portanto, um grave equívoco negar à coletividade a titularidade de patrimônio moral passível de ser agredido<sup>9</sup> (logo, passível também de reparação), porquanto quando seu valor extrapatrimonial é invadido, surge, no seio dos indivíduos que a compõem, um sentimento de despreço que abala a confiança na proteção legal desses direitos, o que, por sua vez, atinge a tranquilidade das relações sociais.

Sob outro enfoque, acaso não se reconhecesse a reparabilidade do dano moral de forma coletiva, inviabilizar-se-ia a indenização de todos os lesados, porquanto também seria descabido relegar ao plano individual a reparação de dano coletivamente causado. É o que argumenta o mesmo autor:

<sup>8</sup> RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. pp. 82-83.

<sup>9</sup> “A coletividade é titular de valores materiais e imateriais protegidos pelo sistema jurídico, mas que não se confundem com o patrimônio material ou moral dos indivíduos que a compõem. Existem valores próprios da coletividade, tais como a dignidade, honra, bom nome, reputação, tradição, paz, tranquilidade, liberdade, dentre outros aspectos relacionados aos direitos da personalidade” (SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 170.)

*“Não podemos tutelar coletivamente, então, a reparação material de violações de interesses materiais e deixar para a tutela individual a reparação do dano moral coletivo. Tal situação é um contra-senso, já que não podemos confundir o dano moral individual com o dano moral coletivo”<sup>10</sup>*

Mais adiante, ANDRÉ DE CARVALHO RAMOS prossegue no entendimento acima exposto:

*“O ataque a valores de uma comunidade, além dos danos materiais que gera, acarreta indiscutível necessidade de reparação moral coletiva. Isso porque, tal qual o dano coletivo material, o dano moral coletivo só é tutelado se inserido nas lides coletivas. Configurando-se o dano moral coletivo indivisível (quando gerado por ofensa aos interesses difusos e coletivos de uma comunidade) ou divisível (quando gerado por ofensa aos interesses individuais homogêneos), em todos os casos somente a tutela macro-individual garantirá uma efetiva reparação do bem jurídico tutelado”<sup>11</sup>.*

Especificamente, no que concerne ao caso em tela, impende destacar que a Constituição Federal, ao tratar expressamente em seu art. 5º, inciso XXXII, da defesa do consumidor pelo Estado, alçou ao patamar de direito fundamental a tutela dos interesses daquele, visando justamente a assegurar a proteção da parte mais vulnerável na relação de consumo – o que viria a ser feito com a promoção de ações positivas, cuja regulamentação ficaria a cargo da legislação infraconstitucional.

Não bastasse a existência da aludida garantia, reforçada sob o manto de cláusula pétrea, a Norma Constitucional também trouxe no Capítulo I do Título VII, os Princípios Gerais da Atividade Econômica, dentre os quais destacou a defesa do consumidor (art. 170, V, CF), demonstrando a relevância econômica com que se deve tratar o efetivo equilíbrio nas relações de consumo.

Nesse domínio, observa JOSÉ AFONSO DA SILVA que tais dispositivos constitucionais têm como efeito importante a legitimação de *“todas as medidas de intervenção estatal necessárias a assegurar a proteção prevista”<sup>12</sup>*.

<sup>10</sup> RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 84.

<sup>11</sup> RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 86.

<sup>12</sup> SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 24. ed. São Paulo: Malheiros, 2005. p. 263.

De fato, diante desse reiterado tratamento constitucional, não há como negar que a efetiva proteção ao consumidor é matéria que deve ser amplamente resguardada pelo Estado, daí porque houve o estabelecimento da Política Nacional das Relações de Consumo, bem como a fixação dos direitos básicos do consumidor.

E é justamente sob esse aspecto (direitos básicos do consumidor) que assenta a questão do dano moral nas relações consumeristas, porquanto, segundo o já mencionado art. 6º, inc. VI, são direitos básicos do consumidor (lembrando que a coletividade também é vista como consumidor, nos termos do art. 2º, parágrafo único, da Lei Federal 8.078/90<sup>13</sup>) *“a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais coletivos e difusos”*.

Igualmente, o constituinte originário optou por consagrar o direito à indenização por danos materiais, morais e até mesmo estéticos eventualmente causados no âmbito social como preceito fundamental e permanente, inserindo tal garantia no art. 5º, inc. V da Constituição Federal.

De remate, a Lei Federal nº 7.347/85 é cristalina ao admitir a reparação coletiva do dano moral, *ex vi* o disposto em seu art. 1º, IV, *in verbis*:

“Art. 1.º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as **ações de responsabilidade por danos morais** e patrimoniais causados:

(...)

IV – Por infração a qualquer outro interesse difuso ou coletivo;”

Todos os dispositivos supracitados conduzem à lógica afirmação de que não só deve o Estado lançar mão de todas as políticas necessárias a tutelar os direitos consumeristas, como também deve fazê-lo de forma a assegurar a reparação plena dos danos eventualmente causados a esses direitos, sob todos os seus aspectos (material e moral), sob pena de incorrer em grave descumprimento ao texto constitucional e à lei consumerista.

<sup>13</sup> “Art. 2.º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Retomando a apreciação da circunstância concretamente observada no caso em apreço, nota-se a ocorrência de claro desrespeito não só para com os consumidores efetivamente lesados (dano moral coletivo em sentido estrito), mas perante toda coletividade (dano moral difuso).

Isto porque, diante da absoluta falta de observância das normas consumeristas, os consumidores sentiram-se, incontestavelmente, lesados e impotentes, em uma clara impressão de que os cidadãos estão à mercê de todos esses abusos cometidos nas relações de consumo, perdendo-se, assim, gradativamente sua confiança nas instituições constituídas, na proteção que poderiam esperar do Estado e, sobretudo, na própria boa-fé que deveria pautar todas as relações contratuais.

Ora, sendo assim, não há como negar a relevância indenizatória da ilegalidade do ato da empresa ré diante de seu descaso com a legislação consumerista pátria.

Não se trataram de meros dissabores cotidianos, mas de agressão que exacerbou a naturalidade dos fatos da vida, causando fundadas aflições e angústias no espírito dos consumidores atingidos, ainda que de maneira potencial.

Ao contrário do dano material, que exige prova concreta do prejuízo sofrido, o dano moral se presume das circunstâncias, ou seja, ocorre *in re ipsa*, não sendo necessária uma prova direta do sentimento de abalo psíquico que dominou a coletividade (o que inviabilizaria a indenização, por se tratar de uma *probatio diabólica*). É a posição largamente defendida pela doutrina nacional:

*“Combinando os diversos aspectos do dano moral individual com as particularidades da disciplina legal dos valores transindividuais, define-se o dano moral coletivo como a injusta lesão dos direitos imateriais pertencentes à determinada coletividade, ou seja, é a violação injusta de específico círculo de valores coletivos. Dispensa-se a prova direta do dano moral coletivo, porquanto não se configura apenas com a verificação da dor da coletividade,*

***mas presume-se em razão da demonstração do fato violador dos valores coletivos (damnum in re ipsa)***<sup>14</sup>

Portanto, sequer seria necessário demonstrar irrefutavelmente que o fato ilegal lesou a moral objetiva da coletividade, uma vez que essa lesão decorre, de maneira imediata, da constatação do evento lesivo aos consumidores.

Por fim, inexistindo correspondente matemático exato à valoração subjetiva da moral, o magistrado deve se atentar para a fixação de um *quantum* equivalente ao dano, sem olvidar a finalidade punitiva e (consequentemente) preventiva do arbitramento do valor indenizatório, como preleciona Maria Helena Diniz:

*“Na reparação do dano moral, o juiz determina, por equidade, levando em conta as circunstâncias de cada caso, o quantum da indenização devida, que deverá corresponder à lesão e não ser equivalente, por ser impossível, tal equivalência. A reparação pecuniária do dano moral é um misto de pena e satisfação compensatória. Não se pode negar sua função: penal, constituindo uma sanção imposta ao ofensor; e compensatória, sendo uma satisfação que atenua a ofensa causada, proporcionando uma vantagem ao ofendido, que poderá, com a soma de dinheiro recebida, procurar atender as necessidades materiais ou ideais que repute convenientes, diminuindo, assim, seu sofrimento”*<sup>15</sup>.

Rizzatto Nunes, de forma igualmente clara, manifesta-se:

*“Ora, como se viu, no dano moral não há prejuízo matéria. Então, a indenização nesse campo possui outro significado. Seu objetivo é duplo: satisfativo-punitivo. Por um lado, a paga em pecúnia deverá proporcionar ao ofendido uma satisfação, uma sensação de compensação capaz de amenizar a dor sentida. Em contrapartida, deverá também a indenização servir como punição ao ofensor, causador do dano, inculcando-lhe um impacto tal, suficiente para dissuadi-lo de um novo atentado”*.

No caso em apreço, inegável é a grande extensão do dano causado, pois além de violar interesses ou direitos garantidos por lei aos consumidores,

<sup>14</sup> SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 173.

<sup>15</sup> DINIZ, Maria Helena. *A responsabilidade civil por dano moral*. Revista Literária de Direito, ano II, n. 9, jan./fev. 1996, p. 9.

a conduta da empresa ré gerou sentimento de descrença e desprestígio da sociedade com relação aos poderes constituídos, pois sua aposta, à evidência dos elementos coligidos no inquérito incluso, é de que nenhuma consequência experimentalista.

Assim, presente o dano extrapatrimonial, consistente na lesão da confiança depositada pelos consumidores, e presente o nexo de causalidade entre o dano e a conduta da pessoa jurídica requerida, nasce o dever de repará-lo, cabendo indenização pelos danos causados.

O valor da indenização marque-se bem, deve considerar o desvalor da conduta, a extensão do dano e, ainda, o poder aquisitivo da empresa requerida. Segundo o escólio de Maria Helena Diniz, a verdade é que:

*“Na reparação do dano moral, o juiz determina, por equidade, levando em conta as circunstâncias de cada caso, o quantum da indenização devida, que deverá corresponder à lesão e não ser equivalente, por ser impossível, tal equivalência. A reparação pecuniária do dano moral é um misto de pena e satisfação compensatória. Não se pode negar sua função: penal, constituindo uma sanção imposta ao ofensor; e compensatória, sendo uma satisfação que atenua a ofensa causada, proporcionando uma vantagem ao ofendido, que poderá, com a soma de dinheiro recebida, procurar atender as necessidades materiais ou ideais que repute convenientes, diminuindo, assim, seu sofrimento”*<sup>16</sup>.

Na mesma esteira são os dizeres de André de Carvalho Ramos, assim lançados:

*“(…) cabe ao magistrado estimar o valor da reparação de ordem moral, adotando os critérios da razoabilidade, proporcionalidade e, principalmente, o fator de desestímulo que a indenização por dano moral acarreta”*<sup>17</sup>

Como restou comprovado no decorrer do Inquérito Civil e conforme demonstrado nesta inicial, inquestionavelmente a ré pratica sua

<sup>16</sup> DINIZ, Maria Helena. *A responsabilidade civil por dano moral*. Revista Literária de Direito, ano II, n. 9, jan./fev. 1996, p. 9.

<sup>17</sup> RAMOS, André de Carvalho. *A ação civil pública e o dano moral coletivo*. Revista de Direito do Consumidor n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 86.

conduta consciente da ilegalidade, onde todos os meses diversos consumidores são lesados conforme ficou demonstrado pelas reclamações recentes registradas junto ao PROCON/MS, sites de defesa consumerista juntadas aos autos e também até hoje mantem a ré a cobrança em suas vendas.

Necessário se faz, portanto, a aplicabilidade do instituto indenizatório acima detalhadamente explicitado, a fim de que a requerida cesse a cobrança indevida e não torne a praticar a mesma conduta aqui aventada.

Destaque-se que tal indenização refere-se à violação a direitos difusos, devendo a quantia arbitrada a esse **título reverter ao Fundo Estadual de Defesa dos Direitos do Consumidor**, criado pelo artigo 8º da Lei Estadual nº 1.627, de 24 de novembro de 1995.

### **i) Do Dano Moral Individual**

Além do dano moral coletivo, temos que o dano moral individual é aquela lesão a um bem que se encontra na esfera mais íntima da personalidade, capaz de gerar profunda dor, sofrimento e angústia à vítima, ou seja, um abalo psíquico que supere um mero aborrecimento do cotidiano. Não basta a existência de dor para a configuração do dano, mas sim uma lesão a um bem imaterial. É um instituto que visa à proteção dos direitos da personalidade, entre os quais está a dignidade do ser humano, com respaldo na Constituição Federal de 1988. O dano moral é, pois, passível de reparação por meio de uma compensação pecuniária, que também serve como medida punitiva. Além disso, exige-se apenas a demonstração do fato ofensivo, não sendo necessária prova do prejuízo em si.

*In casu*, temos uma grande empresa e do outro a parte mais vulnerável da relação que é o consumidor, citamos por exemplo o consumidor de fls. 141, que fica e ficará refém das práticas abusivas, imagina quanto

tempo, esforço e preocupação gasta para comprar uma passagem aérea sem a cobrança de um serviço que não deseja adquirir.

O consumidor fica e ficará refém das práticas abusivas da requerida, imagine quanto desgaste físico e emocional gastos indevidamente por culpa da requerida!

Por fim, aferição do *quantum* fica ao arbítrio do juiz, que deve levar em conta o caso concreto e as decisões semelhantes.

O doutrinador CAIO MÁRIO DA SILVA PEREIRA<sup>18</sup>, com muita propriedade, preleciona que:

*(...)quando se cuida de dano moral, o fulcro do conceito ressarcitório acha-se deslocado para a convergência de duas forças: caráter punitivo para que o causador do dano, pelo fato da condenação, se veja castigado pela ofensa que praticou, e o caráter compensatório para a vítima, que receberá uma soma que lhe proporcione prazeres como contrapartida do mal sofrido (...) é com tal inspiração que as nossas cortes de Justiça têm proclamado que a condenação nas ações de indenização por dano moral têm função meramente satisfatória(...)* (Grifo Nosso)

Enfim, com a reparação do dano moral não se pretende refazer o patrimônio (o que se dará através da reparação do dano material), mas se tem simplesmente em mira dar à pessoa lesada uma satisfação, que lhe é devida, por uma sensação dolorosa que sofreu, prestação, destaque-se, tem função meramente satisfatória.

É exatamente isso que se pretende com este pleito, a par de indenizações por danos patrimoniais e morais coletivos experimentados pelos consumidores que sofrem diariamente com os atos abusivos e arbitrários perpetrados pela empresa requerida, tem-se que os consumidores deverão ser indenizados também na esfera moral individual.

Isto posto, zela-se pela condenação em valor não inferior a R\$ 3.000,00 (três mil reais), consoante ao previsto no artigo 95 do CDC, a fim de

<sup>18</sup> PEREIRA, Caio Mário da Silva. Responsabilidade Civil, Rio de Janeiro, Forense, 1994, página 62

que a liquidez do título executivo judicial seja buscada pelos consumidores por intermédio de Ação de Execução fundada em Título Executivo Judicial.

### III – Da Eficácia *Erga Omnes* da Sentença

Como demonstram os fatos, a cobrança ilícita da “taxa de conveniência” se dá de forma geral e atinge consumidores de todo o país.

Provendo situações como esta, o artigo 103, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor dispõe que nas ações coletivas a sentença fará coisa julgada *erga omnes*, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação, com idêntico fundamento valendo-se de nova prova, na hipótese do inciso I do Parágrafo Único do artigo 81.

Conseqüentemente, da leitura do referido artigo tem-se que **a eficácia da decisão deve abranger todo o território nacional**, não se limitando apenas a Capital do Estado – Campo Grande – ou mesmo somente ao âmbito do Estado de Mato Grosso do Sul.

O Superior Tribunal de Justiça, similarmente, tem-se manifestado acerca da questão entendendo que as restrições que limitam os efeitos da coisa julgada em ação civil pública não se aplicam às ações coletivas previstas no Código de Defesa do Consumidor, porque tal lei é especial:

RECURSO ESPECIAL. CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. **AÇÃO CIVIL PÚBLICA**. NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. NÃO OCORRÊNCIA. **MINISTÉRIO PÚBLICO**. **INTERESSE DE AGIR**. **DIREITOS INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS**. CONFIGURAÇÃO. LEGITIMIDADE ATIVA AD CAUSAM. RELEVÂNCIA SOCIAL QUALIFICADA. SEGURO. CONSUMIDOR. RESTRIÇÃO DE CRÉDITO. CONTRATAÇÃO E RENOVAÇÃO. PAGAMENTO À VISTA. SEGURADORA. RECUSA DE VENDA DIRETA. CONDUTA ABUSIVA. CONDENAÇÃO GENÉRICA. **EFEITOS ERGA OMNES**. **ABRANGÊNCIA**. **TERRITÓRIO NACIONAL**. **DIVULGAÇÃO**. REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES. PÁGINAS OFICIAIS E DO FORNECEDOR. SUFICIÊNCIA.

(...)

8. Os efeitos da sentença proferida em ação civil pública versando direitos individuais homogêneos em relação consumerista operam-se erga omnes para além dos limites da competência territorial do órgão julgador, isto é, abrangem todo o território nacional, beneficiando todas as vítimas e seus sucessores, já que o art. 16 da Lei nº 7.347/1985 (alterado pelo art. 2º-A da Lei nº 9.494/1997) deve ser interpretado de forma harmônica com as demais normas que regem a tutela coletiva de direitos. Precedentes.

(...)

(REsp 1594024/SP, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 27/11/2018, DJe 05/12/2018) (Grifo Nosso)

Nesse diapasão, também se manifesta Cláudia Lima Marques:

“A novidade das normas processuais, sua especialidade, instituindo inclusive a **coisa julgada erga omnes e ultra partes** (art. 103), **completam o sistema de proteção material instituído pelo CDC**, merecendo destaque pela excelência de suas normas, que esperamos **reflita-se em eficiência e rapidez na solução de litígios do consumo**. O sistema CDC permite ação coletivas e mesmo uma ação civil pública, movida pelo Ministério Público (art. 51 §4º), para declarar em abstrato a nulidade de determinada cláusula presente nos contratos de massa. **Nestes casos as ações envolvem interesses metaindividuais; lógico, portanto, que se estendem os efeitos das decisões aos casos futuros e análogos, no caso de procedência do pedido.**” (Grifo Nosso)

Por isso, não há dúvidas de que a eficácia nas ações coletivas é *erga omnes* não podendo ser relativizada, pois não se pode falar em eficácia *erga omnes* relativa.

#### IV – Da Tutela de Urgência

Dispõe o artigo 300, *caput* do Código de Processo Civil que:

Art. 300. 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.

Na espécie, imperiosa é a concessão de tutela de urgência, uma vez que é de extrema necessidade que a requerida cesse à cobrança de taxa, denominada “serviço de conveniência”, vinculada a aquisição de passagem aérea sem que seja facultado ao consumidor a opção de contratação, ou não, do serviço condizente à cobrança da taxa, sob pena da continuação dos ilícitos que ainda continua a serem praticados pela empresa ré.

Outrossim, observa-se que estão presentes ambos os requisitos a que faz menção o art. 300 do CPC, quais sejam: a probabilidade do direito e perigo de dano.

Não há que se falar em falta de fundamentos relevantes a justificar a concessão da tutela de urgência, haja vista que o direito à compra da passagem aérea não pode estar condicionado ao pagamento de qualquer outra taxa conforme preconiza o art. 39, I do CDC, assim como, inobservância ao prazo legal de compra realizada pela internet art. 49 do CDC.

Neste ínterim, como se vislumbrou nos autos do procedimento preparatório instaurado pelo Ministério Público a requerida insiste em não cumprir com o determinado nos artigos 39, I e 49 do CDC. Assim, faz-se necessário não apenas ao final deste processo poder aos consumidores comprar passagens aéreas da empresa ré sem que seja facultado ao compador a opção de contratação, ou não, do serviço condizente à cobrança da taxa “serviço de conveniência” e também que possam desistir da compra realizada fora do estabelecimento no prazo de 7 (sete) dias.

Por fim, insta informar que presente está o requisito do justificado perigo de dano, uma vez que se não concedida esta tutela de urgência, os consumidores terão sua situação de violação de seus direitos básicos prolongados indeterminadamente, sendo que muitos dos consumidores poderão sequer aproveitar das benesses concedidas ao final do processo, dado a grande morosidade que assola os processos judiciais, devido à grande procura pela tutela jurisdicional pelos membros da sociedade atual.

O que demonstra isso, é o grande número de reclamações registradas recentemente no PROCON/MS, sites de defesa do consumidor e conforme verificado no próprio site da empresa ré.

Assim, temos que caso não concedido a tutela de urgência haverá grande prejuízo aos consumidores, uma vez que, demonstrado que os abusos

da requerida permanecem, onde os consumidores terão suas compras de passagem aérea na requerida condicionado ao pagamento da taxa “serviço de conveniência” e terão seu direito a desistir da compra no prazo de 7 (sete) dias violados.

## V – Dos Pedidos

Diante do exposto, o Ministério Público do Estado de Mato Grosso do Sul **requer:**

**a)** O deferimento da tutela de urgência determinando-se:

I – Que a ré seja impedida de condicionar as compras utilizando o programa de pontos TudoAzul ao pagamento da taxa de “serviço de conveniência”;

II – Que a ré seja impedida imediatamente de condicionar a desistência da contratação fora do estabelecimento por prazo igual ou inferior ao do artigo 49 do CDC, à aquisição de qualquer outro produto ou serviço, a exemplo da taxa de conveniência;

III – Que a ré seja impedida de alterar para menos que 7 (sete) dias, conforme o prazo disposto no artigo 49 do CDC, a desistência da contratação fora do estabelecimento, por exemplo, via *website*, *callcenter*;

IV – Que a ré seja impedida de condicionar a isenção da taxa de conveniência ou similar, a utilização de aplicativo ou plataforma específica;

V – Que a ré seja obrigada a dar publicidade, de forma clara e destacada, em sua página da internet e no seu aplicativo de venda remota, a respeito do conteúdo integral da decisão de urgência que vier a ser concedida, bem como de sua confirmação em sentença de mérito, através de link com a expressão “taxa de conveniência-decisão judicial”, sempre que houver acesso do consumidor à aquisição da taxa de conveniência ou a ela se fizer qualquer

referência. Ainda, que nos locais de venda física, seja mantida cópia da decisão (de urgência ou de mérito) que deverá ser informada sobre sua existência ao consumidor, com prova de ciência no contrato que vier a ser celebrado.

VI – Que para todos os pedidos anteriores seja fixada astreinte não inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por fato identificado, em razão de descumprimento, a ser recolhida ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor - FEDC (CNPJ 03.473.462/0001-14) – através de depósito na conta corrente n. 88.562-4, agência 2576-3, Banco do Brasil – a fim de ser utilizada exclusivamente em atividades e/ou programas que visem à defesa do consumidor.

**b)** Em sentença de mérito que os pedidos anteriores sejam todos confirmados e seja a ré obrigada a:

I – Indenizar, da forma mais ampla e completa possível e em dobro (nos termos do parágrafo único do art. 42 do CDC), o dano material individual referente ao valor da “taxa de serviço de conveniência” pago por cada consumidor;

II – Indenizar o dano moral individual em valor não inferior a R\$ 3.000 por consumidor, como estabelece o art. 6º, VI do CDC, em virtude da prática do objeto da presente ação;

III – indenizar o dano moral coletivo em valor não inferior a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), a ser recolhido ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor - FEDC (CNPJ 03.473.462/0001-14) – através de depósito na conta corrente n. 88.562-4, agência 2576-3, Banco do Brasil.

Outros Requerimentos:

c) Determinação da citação da ré, a fim de que apresente, querendo resposta, no prazo de 15 (quinze) dias, aos pedidos ora deduzidos;

d) Seja expedido ofício à Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC para que tome as medidas administrativas que julgar cabíveis;

- e) Determinação de publicação de edital no órgão oficial, a que alude o artigo 94 do CDC;
- f) Dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, diante do que dispõe o artigo 87 do CDC;
- g) Sejam as intimações procedidas na forma do artigo 41, inciso IV, da Lei nº 8625/93, junto à 25ª Promotoria de Justiça;
- h) A juntada do Inquérito Civil nº 06.2018.00002222-0, instaurado e concluído por esta 25ª Promotoria de Justiça, como meio de prova;
- i) Provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, em especial pela prova documental consistente em documentos novos, requerendo-se, desde já, que, diante da verossimilhança da alegação, seja determinada a inversão do ônus da prova, como admite o artigo 6º, inciso VIII, do CDC.

Dá-se à causa, para fins de alçada, o valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

Campo Grande, 5 de junho de 2019.

**Fabício Proença de Azambuja**  
**Promotor de Justiça**