

**AO MM. JUÍZO DE UMA DAS VARAS CÍVEIS DO FORO CENTRAL CÍVEL DA
COMARCA DE SÃO PAULO/SP**

IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, entidade civil sem fins lucrativos de utilidade pública federal e com atuação nacional, constituído pela união das pessoas consumidoras desde 1987 (**DOCs. 01/03**), inscrito no CNPJ 58.120.387/0001-08 (**DOCs. 04/05**), com sede e foro nesta Capital e escritório administrativo na Av. Marquês de São Vicente, nº. 446, cjs. 411/412, Barra Funda, São Paulo/SP, Brasil, CEP 01139-000, e-mail: juris@idec.org.br, telefone +55 (11) 3874-2150, ex vi do art. 28, alíneas 'b' e 'g' de seu Estatuto Social, neste ato, legalmente representado por seu Coordenador Executivo, Dr. **Igor Rodrigues Britto (DOCs. 06/07)**, e por seus patronos (**DOC. 08**), vem, com elevado respeito, *vis-à-vis* de V.^a Ex.^a, propor esta

AÇÃO CIVIL PÚBLICA

em face da **GOL LINHAS AÉREAS S/A**, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob nº 07.575.651/0001-59 (**DOC.09**), com sede na Praça Senador Salgado Filho s/n, (térreo, área pública, entre os eixos 46-48/OP, Sala de Gerência Back Office), Centro, Rio de Janeiro /RJ, CEP 20.021-340, e endereço eletrônico gr-juridicocontencioso@voegol.com.br, **forte nas seguintes razões:**

RESUMO DA AÇÃO CIVIL PÚBLICA

1. O IDEC tem analisado práticas comerciais adotadas por fornecedores que atuam no mercado de consumo e cujas atividades apresentam alto impacto ambiental.

2. Em muitos casos, essas empresas divulgam informações enganosas para criar a impressão de que estão comprometidas com a preservação ambiental, quando, na realidade, acabam praticando o **greenwashing**.

3. Trata-se de condutas que mascaram impactos negativos de suas operações, utilizando-se de publicidade para induzir o consumidor a erro, violando princípios básicos da boa-fé objetiva e os direitos garantidos no Código de Defesa do Consumidor.

4. A Gol, assim como outras companhias aéreas, operam em um setor conhecido por ser **altamente poluidor**, em razão das emissões de gases de efeito estufa (GEE) associadas às viagens aéreas. As principais razões para isso incluem:

a) **Dependência de combustíveis fósseis:** A aviação comercial utiliza querosene de aviação, um combustível derivado do petróleo, responsável pela emissão significativa de dióxido de carbono (CO₂) e outros GEE.

b) **Impacto cumulativo:** As emissões não se limitam ao CO₂; a queima de combustíveis em alta altitude também libera vapor d'água, óxidos de nitrogênio e partículas que intensificam o efeito estufa.

5. Embora a Gol tenha implementado iniciativas como o programa "Meu Voo Compensa" para mitigar parte de seu impacto, é essencial questionar a **efetividade real dessas medidas**, havendo **evidências de práticas configuráveis como greenwashing**, em razão da aparente falta de clareza e precisão na comunicação sobre o programa.

6. Diante desse cenário, de maneira prévia, o IDEC promoveu **interpelação judicial (Proc. nº 1007633-65.2025.8.26.0100)** buscando obter **esclarecimentos detalhados** acerca do programa "Meu Voo Compensa", ofertado pela Ré como meio de compensação das emissões de gases de efeito estufa (GEE) por meio da aquisição de créditos de carbono e transparência sobre:

- a) metodologia de cálculo das emissões;
- b) rastreabilidade e aposentadoria dos créditos;
- c) valores e sua destinação;
- d) comprovação dos benefícios ambientais alegados;
- e) termos da parceria com a Moss;

7. A GOL não se desincumbiu do dever probatório, contudo as respostas demonstraram:

- **Ausência de comprovação técnica** da metodologia do GHG Protocol aplicada ao passageiro individual: **nenhum cálculo que justifique a metodologia, planilha, relatório de engenharia ou auditoria foi apresentado;**
- **Falta de transparência na precificação:** o valor de R\$ 81,00/tCO₂ não teve fundamento comprovado;
- **Contradição contratual:** ora tratava como doação, ora como aquisição onerosa;
- **Inexistência de certificação pública** vinculada à compra de créditos por passageiros: certificados **genéricos**, sem número de série, sem indicação de projeto beneficiado;
- **Confirmação do vínculo com a Moss**, empresa ligada a projetos sob investigação na **Operação Greenwashing da Polícia Federal** (referente ao Projeto Fortaleza Ituxi)
- **Recusa expressa** de apresentar o contrato com a Moss, alegando sigilo;
- **Utilização de tokens de carbono sem benefício ambiental efetivo:** a Gol utilizou tokens (ativos digitais) de carbono emitidos pela empresa Moss, mesmo após a certificadora internacional Verra proibir, desde 2022, a tokenização dos créditos que audita, por riscos de dupla contagem, falta de rastreabilidade, falta de aposentadoria e ausência de adicionalidade ambiental. Apesar disso, o programa seguiu ativo até 2025.
- **Ausência de comprovação mínima das alegações ambientais vinculadas ao “avião verde da Gol”:** não apresentou nenhum dado técnico, indicador ESG, histórico de desempenho ambiental ou comprovação de programas ambientais anteriores capazes de justificar a afirmação de que a aeronave “reforça o compromisso com o planeta”, tampouco demonstrou qualquer benefício ambiental concreto associado à pintura, operação ou performance diferenciada da aeronave. As respostas limitaram-se a enunciados genéricos de marketing, sem lastro verificável no Relatório ESG 2023 ou em qualquer outro documento técnico e, ainda, em evidente contraste com o Relatório ESG 2024 (publicado em 2025), que sequer manteve as metas climáticas e compromissos anteriormente anunciados pela própria empresa.

8. Portanto, o **contraditório substancial foi oportunizado** — e restou esvaziado pela ré, tendo em vista que logo após ser confrontada judicialmente através da interpelação em epígrafe, a GOL:

- **Rompeu a parceria com a Moss;**
- **Retirou o programa do ar;**
- **Suprimiu todas as menções** às iniciativas de compensação nos canais institucionais e no Relatório de Sustentabilidade de 2024;
- **Não prestou contas** dos créditos supostamente adquiridos, dos valores arrecadados nem dos consumidores afetados;

9. Tal conduta **confirma a ausência de lastro técnico** do programa e **corresponde a reconhecimento tácito da pretensão autoral** e revela **violação continuada** ao dever de informação e transparência, de maneira que: 1) a GOL **não comprova** a efetividade dos benefícios ambientais alegados; 2) o discurso de neutralização climática **não corresponde** à realidade operacional; 3) a empresa **explorou a confiança dos consumidores** em apelos ambientais sensíveis; e 4) a suspensão silenciosa do programa evidencia **consciência do caráter enganoso da oferta**.

10. Retrocesso climático no Relatório ESG 2024 (publicado em 2025): Ademais, verificou-se retrocesso significativo no Relatório ESG 2024, publicado em 2025, que deixou de apresentar compromissos ambientais essenciais constantemente divulgados pela GOL em anos anteriores, como metas de validação pela SBTi, evolução de indicadores no CDP, participação no índice ICO₂ da B3, avanços no uso de SAF e melhorias concretas em sua estratégia de descarbonização. Além disso, assumiu um tom defensivo e economicista, passando a enfatizar os altos custos operacionais da aviação, os efeitos de fatores externos e o impacto econômico da obrigatoriedade futura de Combustíveis Sustentáveis de Aviação (SAF), indo de encontro ao uso de SAF anteriormente defendido (página 35 do relatório ESG 2024).

11. A supressão desses compromissos, aliada à ausência de prestação de contas sobre metas antes amplamente publicizadas, evidencia falta de alinhamento entre a narrativa institucional da empresa e sua real performance ambiental, agravando a violação ao dever de transparência e reforçando o caráter de *greenwashing* na comunicação dirigida aos consumidores.

12. Por esses motivos, **intrínsecos à proteção coletiva do do direito de informação ambiental**, está plenamente configurado o *greenwashing*, sendo necessário o reconhecimento através do Poder Judiciário da propaganda enganosa de caráter ambiental, com a reparação dos danos coletivos sofridos pela sociedade.

I. OS FATOS:

13. A GOL implementou, como parte de sua estratégia de marketing verde, o programa “Meu Voo Compensa”, apresentado ao público como uma solução voluntária de compensação das emissões de gases de efeito estufa (GEE) geradas pelo transporte aéreo. Segundo anunciado, tal compensação seria viabilizada por meio da aquisição de créditos de carbono vinculados a projetos de conservação ambiental.

14. A oferta se dirigia diretamente aos consumidores, que eram convidados, no momento da compra da passagem, a aderir ao programa mediante o pagamento de valor adicional, supostamente destinado à compensação das emissões geradas pelo voo adquirido. A comunicação veiculava apelos à responsabilidade ambiental e ao consumo consciente, atribuindo ao passageiro a corresponsabilidade pela neutralização climática da atividade aérea.

15. A Gol apresentava em seu *website*, comunicados, propagandas e relatório de sustentabilidade, alegando adesão a uma série de compromissos voluntários dedicados à redução e compensação de emissões: no Relatório ESG 2023, publicado em 2024, a Requerida apresenta uma extensa lista de metas ambientais estabelecidas pela companhia, com compromissos climáticos expressos ao lado de objetivos relacionados a ações ambientais mais gerais, ecoeficiência (incluindo a gestão energética, de produtos e de resíduos) e proteção da biodiversidade.¹

16. Dentre as ações voltadas à sustentabilidade, mais precisamente, dirigida aos consumidores, o programa #MeuVooCompensa² supostamente possibilita aos viajantes a compensação das emissões de carbono geradas por seus voos, mediante pagamento de um valor, calculado em função do trecho percorrido.

¹ Gol Linhas Aéreas. *Relatório ESG 2023*. Disponível em: <https://ri.voegol.com.br/publicacoes-cvm-e-sec/relatorio-anual-de-sustentabilidade/>. Acesso em 09/11/2025.

² Disponível em: <https://www.voegol.com.br/meu-voo-compensa>. Acesso em 10/11/2025.

17. Segundo o Relatório ESG 2023 (p. 76)³, a estratégia de oferecer ao cliente a “oportunidade” de participar do programa tem por objetivo “conscientizar e engajar” os clientes na temática ambiental, assumindo explicitamente um compromisso ambiental e educativo⁴:

MEU VOO COMPENSA

Em parceria com a *Climatech*, uma empresa de créditos de carbono, convidamos os passageiros a compensarem as emissões de carbono geradas por seus voos. Essa iniciativa, além de contribuir para a mitigação das mudanças climáticas, reforça nosso compromisso com a sustentabilidade e oferece a nossos Clientes a oportunidade de fazerem sua parte para um futuro mais verde.

A adesão à iniciativa pode ser no ato da compra da passagem aérea, ou mesmo após voar – a Companhia envia e-mail com as orientações para adesão ao Programa após a viagem.

A opção da GOL em adotar uma estratégia de responsabilidade foi traçada visando conscientizar e engajar seus Clientes na temática ambiental. Lançada em julho de 2021, os números mostram que a iniciativa tem ganhado tração após a fase pandêmica e deve alcançar voos ainda mais altos em 2024.

Aderente ao propósito de educar e engajar os passageiros no tema, a Companhia inseriu em seu bilhete de bordo um QR Code que direciona ao site da *Climatech*, para que tenham mais esclarecimentos sobre o funcionamento do processo de compensação de carbono e iniciativas contempladas.

18. Do ponto de vista do consumidor, o “convite à compensação” se inicia com a afirmação de que “neutralizar é tão fácil quanto tirar uma selfie”. O próprio sistema da companhia calcula as emissões nos voos que estão aptos à compensação e informa o valor devido a título de compensação⁵:

³ Gol Linhas Aéreas. *Relatório ESG 2023*, op. cit. .

⁴ Gol Linhas Aéreas. *Relatório ESG 2023*. Disponível em: <https://ri.voegol.com.br/publicacoes-cvm-e-sec/relatorio-anual-de-sustentabilidade/>. Acesso em 12/11/2025.

⁵ Antes disponível em: <https://www.voegol.com.br/meu-voo-compensa>. Acesso em 22/01/2025.

Veja como solicitar a compensação de carbono para o seu voo:

1

O símbolo verde, na lista de busca de passagens, indica que o voo pode ser compensado.



2

Com dados preenchidos e assento escolhido, você será direcionado automaticamente para a área "Personalize sua viagem", na qual aparecerá a opção para compensação de carbono. Clique em "Editar compensação de carbono".

3

Na nova página, você vai calcular o valor por trecho e selecionar o nome de quem vai compensar.

4

A seguir, aparecerão, em detalhe, todos os produtos e serviços contratados para deixar a sua experiência de viagem completa.

5

Vá para página de pagamento e, ao concluir essa etapa, você receberá um e-mail de confirmação com acesso ao certificado de compensação.

19. Para ilustrar o quanto afirmado, uma simulação de compra de passagem e adesão ao Meu Voo Compensa, mostra que a compensação consiste, em uma **"doação"**:

COMPENSAÇÃO DE CARBONO

Faça uma doação e compense as emissões de CO₂ do seu voo.
[Ler mais](#)

Para essa viagem, são emitidas **10 toneladas** de carbono, e com a sua compensação **0.06736 toneladas** de CO₂ serão neutralizadas.

☒ Seleccionar

☒

Total a pagar por inclusão de Compensação de Carbono:
R\$ 5,46
(Valor válido para todos os trechos)

Atenção essa opção não é reembolsável. Em caso de cancelamento, o valor compensado não será reembolsado.

CONTRATAR SERVIÇO

20. Até outubro de 2024, era possível encontrar na página eletrônica da Requerida a informação de que o serviço se estendia, também, a trechos já adquiridos ou voados. Nesse caso, o consumidor fazia uma adesão ao programa a posteriori, acessando o link disponibilizado na própria página da Interpelada, “Calcular pegada”.

21. No entanto, este link direcionava o consumidor para a página externa, da empresa Moss – corretora de créditos de carbono com quem a Gol mantinha parceria.

22. Até o início de 2025, era possível verificar no site da Moss a informação sobre uma possível calculadora⁶.

⁶ Disponível em: <https://moss.earth/pt-BR>. Acesso em 22/01/2025.



23. No entanto, curiosamente, o link para a calculadora de carbono da página da Moss não funcionava. **Atualmente, a página da empresa Moss não está mais no ar.**

24. À época, na medida em que se navegava nas páginas da empresa, cada clique direcionava para uma seção diferente e a sucessão de cliques levava ao ponto de partida ou para páginas desabilitadas.

25. Tanto na página da Moss como na da Gol não há informações sobre os créditos de carbono adquiridos – ou para o qual se fez doação, não se sabe –, **não havendo quaisquer referências sobre os projetos de onde provém os créditos de carbono, a que territórios e atividades correspondem, ou qual é a certificadora.**

26. Na adesão ao programa, há informação de que o consumidor receberá um e-mail com acesso ao certificado de compensação, **mas não há como verificar essa informação sem concluir a compra da passagem aérea.**

27. Em se tratando de um serviço adicional, a informação clara, adequada e transparente deve ser uma premissa, de modo a propiciar que o consumidor tenha todas as informações essenciais para que sua liberdade de escolha seja resguardada.

28. Todavia, da forma como as alegações ambientais são realizadas, **o consumidor final não dispõe das características essenciais do serviço do programa “Meu Voo Compensa”, para conseguir garantir seus direitos básicos de consumidor.**

29. Para além do Programa “Meu voo compensa”, havia ainda outras iniciativas de compensação de carbono: “Rotas 100% carbono neutro” e “avião verde da Gol”.

30. Além da compensação por compra/doação de créditos de carbono, que é dirigida à participação indistinta dos consumidores, existia outro produto dirigido a um público particular: os viajantes do trecho São Paulo – Bonito e Recife – Fernando de Noronha.

Rotas 100% carbono neutro: nos voos São Paulo-Bonito e Recife-Fernando de Noronha*, a GOL e a *Climatech* assumem, em parceria, os custos totais da compensação de CO₂. A iniciativa pioneira, lançada em 2021, neutralizou 5.474 toneladas de CO₂ em 2023.

* O trecho Recife-Fernando de Noronha está temporariamente suspenso devido a obras no aeroporto da ilha.



31. O programa “Rotas 100% carbono neutro”, consistia numa parceria entre a Gol e a Moss, em que se comprometiam ao custeio integral dos créditos de carbono gerados nos referidos trechos. Contudo, havia uma certa obscuridade quanto aos termos em que esta parceria se dava e à credibilidade de seus resultados.

32. Quanto aos resultados propalados, **não há informação (ou remissão) que explique os números ali informados, o que seria fundamental para garantir a sua credibilidade e o escrutínio público**, já que em 2023, devido às reformas do aeroporto da ilha, houve a proibição de pouso de aeronaves de grande porte.

33. Atualmente, **a informação sobre as “Rotas 100% carbono neutro” não estão mais disponíveis no programa “Meu Voo Compensa”**, não havendo notícia se o programa foi descontinuado ou se está suspenso ou em vigor.

34. Não bastassem tantos elementos que sugerem pouca transparência do programa de compensação de carbono mantido pela Gol, há ainda um último aspecto, mas não menos importante, que confirmou que a climatech Moss estava envolvida com a comercialização de créditos de carbono provenientes de projetos suspensos em decorrência da operação

"Greenwashing" da Polícia Federal⁷, que investiga venda de créditos de carbono de áreas da União ocupadas ilegalmente.

35. Conforme noticiado pelo Mongabay⁸, plataforma de notícias científicas sobre conservação e ciência ambiental, "[e]ntre 2022 e 2023, o Projeto Fortaleza Ituxi vendeu mais de 1,2 milhão de créditos de carbono para empresas, segundo a Verra. A principal cliente é a Moss, que vendeu parte desses créditos para a companhia aérea GOL."

36. Também é importante ressaltar a ênfase dada à aeronave do programa Meu Voo Compensa:

A aeronave
#MeuVooCompensa

O avião verde da GOL reforça nosso compromisso com o planeta. Customizamos as partes interna e externa para inspirar mais pessoas a fazerem parte dos Novos Tempos para a Terra.

A compensação de carbono nos voos e a redução de 200% de resíduos descartados a bordo são algumas das iniciativas pioneiras que assumimos para um futuro melhor para todos.

Juntos, a gente conecta mais pessoas com a sustentabilidade.



37. A Gol passou a destacar, em diversas campanhas, a aeronave conhecida como "**avião verde**", associando sua aparência visual ao suposto compromisso ambiental da companhia. No entanto, a alegação "*O avião verde da GOL reforça nosso compromisso com o planeta.*" não traz elementos claros e justificativas sobre o fato de o avião ser "verde", "sustentável" ou de reforçar o seu compromisso com o planeta.

⁷ Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2024/06/pf-deflagra-operacao-greenwashing-para-investigar-venda-irregular-de-creditos-de-carbono> - Acesso em 10/01/2025.

⁸ Disponível em: <https://brasil.mongabay.com/2024/05/grandes-marcas-compram-creditos-de-carbono-de-esquema-suspeito-de-esquentamento-de-madeira-na-amazonia/>. Acesso em 09/01/2025.

38. A empresa não oferece elementos que detalham e explicitam como a mera adoção de uma coloração específica em uma aeronave de fato reforça seu compromisso com o planeta, limitando-se a alegar genericamente que a customização foi uma medida “para inspirar mais pessoas a fazerem parte dos Novos Tempos para a Terra”, ou como o uso do referido avião verde compensa ou neutraliza o CO₂ do voo. Inexiste menção a tecnologias implementadas, redução de emissões, uso diferenciado de combustível, eficiência operacional, compensação adicional de CO₂, ou qualquer atributo concreto que diferencie essa aeronave das demais da frota. Ou seja, não há qualquer demonstração técnica, relatório ou evidência objetiva que justifique a associação entre a pintura especial da aeronave e ganhos ambientais efetivos.

39. Assim, trata-se de **publicidade puramente simbólica**, baseada em elementos visuais (cor e pintura especial), sem vínculo com qualquer benefício ambiental real.

40. A própria análise do Relatório ESG 2023 da Gol, já amplamente citado nesta peça, revela inconsistências significativas entre as alegações ambientais amplas utilizadas em campanhas publicitárias (como a narrativa do “avião verde” e do “compromisso com o planeta”) e as informações efetivamente comprovadas nos documentos oficiais de sustentabilidade.

41. Tal Relatório ESG apresenta dados genéricos, sem detalhar iniciativas concretas, metas mensuráveis (fala-se em “atingir emissões líquidas zero de carbono até 2050”, por exemplo – página 77 Relatório ESG de 2023), métricas auditáveis ou resultados verificados que demonstrem evolução ambiental compatível com o discurso publicitário. Não há indicação clara de programas estruturados, certificações externas, auditorias independentes ou metodologias de monitoramento que sustentem o suposto “compromisso ambiental reforçado”.

42. A análise dos relatórios ESG da companhia evidenciam que, embora a empresa informe adesões a protocolos internacionais, como o uso dos padrões de relato da *Global Reporting Initiative* (GRI), e compromissos com a SBTi, ela não vincula, expressamente, a existência do avião verde a metas ou indicadores concretos de sustentabilidade, nem apresenta auditorias ou verificação independente que corroborem com eventual benefício ambiental diferenciado por essa aeronave.

43. A falta de detalhamento técnico no Relatório ESG (documento que, em tese, deveria fornecer o mais alto grau de transparência) contrasta frontalmente com a narrativa promocional da empresa, que apresenta o “avião verde” como símbolo de sustentabilidade.

44. A fragilidade das informações técnicas nos Relatórios ESG anteriores se agrava ainda mais quando confrontada com o Relatório ESG 2024 (publicado em 2025), que representa um retrocesso significativo em matéria de transparência ambiental. No documento mais recente, deixam de ser mencionadas metas anteriormente anunciadas — como a submissão das metas à SBTi ou o compromisso de alinhamento ao limite de 1,5°C, por exemplo — sem qualquer justificativa técnica ou explicação ao público consumidor. A ausência de continuidade, de reporte e de prestação de contas sobre compromissos previamente divulgados reforça a desconexão entre a publicidade ambiental da ré e suas ações efetivamente implementadas.

45. Além disso, tal documento assume um tom defensivo e economicista, passando a enfatizar os altos custos operacionais da aviação, os efeitos de fatores externos e o impacto econômico da obrigatoriedade futura de Combustíveis Sustentáveis de Aviação (SAF), indo de encontro ao uso de SAF anteriormente defendido (página 35 do relatório ESG 2024).

46. Essa divergência entre a comunicação de marketing ("avião verde" = sustentabilidade) e a ausência de lastro técnico ambiental evidencia prática típica de *greenwashing*: a empresa utiliza atributos estéticos ou simbólicos para gerar percepção de responsabilidade ambiental sem respaldo técnico para tanto.

47. Tal disparidade reforça o caráter enganoso da comunicação comercial e evidencia violação dos princípios da boa-fé objetiva, transparência informacional e da educação para o consumo sustentável.

48. A Gol não demonstrou, em momento algum, que a adoção de pintura diferenciada teria qualquer correlação com redução de emissões de gases de efeito estufa, aumento de eficiência energética, uso de combustíveis sustentáveis, compensação adicional de emissões ou implementação de tecnologias limpas.

49. Ao sugerir que a mera alteração estética da aeronave configuraria um "reforço ao compromisso ambiental", a empresa induz o consumidor a erro, apresentando como fato um benefício inexistente.

50. Tendo em vista a ausência de comprovação técnica e documental que respalde as mensagens publicitárias vinculadas ao "avião verde" e, ainda, considerando a inconsistência entre o discurso ambiental e o Relatório ESG, a inexistência de qualquer benefício ambiental adicional associado à aeronave e o risco de indução do consumidor a erro, por meio de alegações subjetivas de sustentabilidade, configura-se necessária e proporcional a

determinação judicial para que a **Gol cesse, imediatamente, qualquer alegação de caráter ambiental vinculada à referida aeronave.**

51. O objetivo não é restringir a comunicação institucional da empresa, mas assegurar que qualquer representação ambiental, sobretudo em setores de alto impacto climático, como o setor aéreo, seja fundamentada, verificável e auditável, de modo a evitar práticas de *greenwashing*, em consonância com o CDC e com os princípios constitucionais da defesa do consumidor e da proteção ambiental.

52. Por fim, impõe-se destacar a **regressão dos compromissos ambientais divulgados no relatório ESG 2024 (publicado em 2025)** e sua incompatibilidade com a narrativa climática anteriormente construída pela ré. Conforme amplamente demonstrado na presente ação, a GOL construiu, ao longo dos últimos anos, uma narrativa institucional fortemente ancorada em compromissos climáticos robustos, anunciados em seus Relatórios de Sustentabilidade anteriores ao publicado neste ano e em materiais publicitários direcionados aos consumidores.

53. Naqueles documentos, a companhia enfatizava sua participação no Programa Brasileiro *GHG Protocol* (com Selo Ouro desde 2011), sua atuação no CDP (*Carbon Disclosure Project*), no índice ICO2 da B3, seu alinhamento às recomendações da TCFD e, especialmente, seus compromissos com a SBTi — que na tradução significa Iniciativa de Metas Baseadas na Ciência — inclusive afirmando que apresentaria metas validadas para se alinhar ao limite de aquecimento global de 1,5°C. Além de mencionar avaliação técnica para produção de SAF (Sustainable Aviation Fuel) no Brasil e de renovação da frota com vistas à ecoeficiência.

54. No Relatório ESG 2023, a ré chegou a reconhecer expressamente que havia perdido o prazo de 24 meses para submissão das metas à SBTi, prazo esse decorrente da primeira carta de compromisso enviada em 2021, atribuindo o descumprimento à pandemia e à reestruturação interna de sua gerência ESG. Ainda assim, afirmava ter reenviado nova carta de compromisso em 2024 e prometia que, até o início de 2025, submeteria metas para validação da Iniciativa, como (i) meta de curto prazo para limitar a temperatura global a 1,5°C; (ii) meta de longo prazo de emissões líquidas zero (Net Zero) até 2050; e (iii) meta complementar de renovação de frota para atingir o mesmo objetivo (página 74 do Relatório ESG de 2023).

55. A comunicação ambiental da empresa — somada ao programa “Meu Voo Compensa” e ao uso extensivo do chamado “avião verde” como símbolo ambiental — reforçava a ideia de que a GOL caminhava em direção a uma estratégia corporativa consistente de descarbonização e preservação ambiental.

56. Entretanto, o Relatório ESG 2024, publicado em 2025, representa uma **ruptura completa e preocupante com esse discurso**, evidenciando uma **regressão** nos compromissos antes anunciados.

57. O documento abandona, dilui ou simplesmente omite metas climáticas relevantes e sua concretização, não apresenta evolução técnica sobre inventários de emissões, não demonstra avanços na elaboração ou submissão das metas à SBTi, não exhibe resultados concretos de pesquisa ou implementação de SAF, tampouco fornece dados verificáveis de qualquer instrumento corporativo de mitigação.

58. Não há demonstração de progresso, resultados, indicadores, validações externas ou sequer manutenção daqueles compromissos, revelando verdadeiro esvaziamento das promessas anteriormente feitas.

59. Cabe salientar, ainda, que o documento assume um tom defensivo e economicista, passando a enfatizar os altos custos operacionais da aviação, os efeitos de fatores externos e o impacto econômico da obrigatoriedade futura de Combustíveis Sustentáveis de Aviação (SAF), sem apresentar qualquer plano, meta, estudo, cronograma ou indicador que demonstre avanço concreto em mitigação climática. Indo de encontro ao uso de SAF anteriormente defendido (página 35 do relatório ESG 2024).

60. A ausência de informações claras, auditáveis e minimamente consistentes sobre compromissos já assumidos — especialmente aqueles amplamente anunciados a investidores, consumidores e sociedade — **quebra a linearidade da transparência** e agrava sobremaneira a assimetria informacional, uma vez que a empresa continuou veiculando publicidade de natureza ambiental e lucrando com a imagem de responsabilidade climática que não encontra respaldo no próprio relatório oficial de sustentabilidade.

61. Esse cenário reforça, de maneira inequívoca, a caracterização do **greenwashing**, pois a publicidade climática da GOL — incluindo o uso simbólico do “avião verde” e a oferta remunerada de compensação de carbono ao consumidor — **não encontra qualquer lastro fático no desempenho e na transparência ambiental efetiva da companhia.**

62. Imbuído justamente de conseguir esclarecimentos por parte da Gol, bem como a requerer que a mesma ajustasse sua conduta, o Idec distribuiu **interpelação judicial (DOC. 10). O feito foi autuado sob o nº 1007633-65.2025.8.26.0100 e distribuído à 1ª Vara Cível do Foro Central de São Paulo - SP.**

63. No entanto, as respostas e documentos fornecidos pela empresa revelaram sérias **inconsistências, omissões e contradições**, que comprometem a licitude, transparência e veracidade da oferta realizada pela GOL. Em especial, destacam-se os seguintes pontos críticos:

- a) **Falhas na Oferta e apresentação do serviço vinculado ao programa “Meu Voo Compensa”:** Como determina o Código de Defesa do Consumidor, a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. No entanto, o serviço, tal como apresentado ao consumidor prometia a neutralização do carbono emitido em razão do voo do passageiro e a ajuda em preservar a Amazônia, sem dar maiores detalhes de como isso ocorreria.
- b) **Inexistência de rastreabilidade e de provas de efetiva compensação:** a empresa não apresentou contratos, notas fiscais, certificados de aposentadoria de créditos de carbono nem qualquer meio que permitisse rastrear a efetiva destinação dos valores pagos pelos consumidores. Os certificados emitidos são genéricos, não vinculam o pagamento a um projeto ambiental específico e não indicam sequer o número de série dos créditos, sua data de aposentadoria ou entidade auditora responsável.
- c) **Ausência de informação sobre os projetos beneficiados:** embora a GOL cite três projetos (Florestal Santa Maria, Agrocortex e Fortaleza Ituxi), não há qualquer vinculação entre as compras realizadas pelos consumidores e os créditos oriundos desses projetos. Nem mesmo os certificados posteriores apontam o projeto efetivamente financiado, impedindo qualquer controle social ou validação da alegada neutralização climática.
- d) **Irregularidades e riscos associados à Moss Earth:** a própria GOL reconhece que adquiriu créditos de carbono por meio da empresa Moss, que intermediava projetos certificados pela Verra. No entanto, a Gol não informava que o consumidor estava comprando um ativo digital, um token, vinculado a uma rede blockchain de criptomoedas. Além disso, a Verra não permitia que os créditos de carbono por ela certificados e auditados fossem fracionados em tokens, devido a problemas de rastreabilidade, adicionalidade e possível dupla contagem ou falta de aposentação dos créditos. Esse fato levou a Moss a não mais emitir tokens de carbono desde maio de 2022. No entanto, o programa “Meu Voo Compensa” continuou ativo até janeiro de 2025. E por fim, a Moss Earth também esteve atrelada, ainda que indiretamente à Operação *Greenwashing* realizada pela Polícia

Federal. Um dos projetos mencionados — Fortaleza Ituxi — é diretamente citado nas investigações como potencial foco de fraude fundiária e emissão irregular de créditos. Ainda assim, a GOL não adotou medidas corretivas transparentes, como a substituição dos créditos ou a notificação aos consumidores.

- e) **Ausência de comprovação técnica da metodologia de cálculo das emissões:** apesar de afirmar que utilizava o GHG Protocol para estimar as emissões de CO₂ por passageiro, a empresa não apresentou relatórios técnicos, planilhas de cálculo ou auditorias que comprovem a aplicação concreta da metodologia. O consumidor, no ato da contratação, tampouco recebia explicação clara sobre o cálculo individualizado das emissões, mesmo sendo essa a base do valor cobrado, e não há quaisquer elementos que comprovem sua aplicação efetiva ao caso concreto de cada passageiro.
- f) **Falta de transparência na precificação do serviço:** o valor de R\$ 81,00/tCO₂ foi arbitrariamente fixado, sem a apresentação de qualquer documentação técnica que justificasse esse montante, como composição de custos, valores de mercado ou parcela destinada efetivamente à aquisição de créditos. Não houve detalhamento sobre a destinação dos recursos, nem transparência quanto à margem de lucro da empresa ou comissão da intermediária Moss Earth.
- g) **Contradições na caracterização jurídica da cobrança:** enquanto a GOL, em resposta formal, afirma que se tratava de “aquisição onerosa”, os materiais publicitários anexados pela própria empresa utilizam repetidamente o termo “doação” para descrever o ato do consumidor. Essa ambiguidade compromete a clareza contratual da operação, o que compromete a autonomia da vontade do consumidor, e afronta o dever de informação previsto no CDC.
- h) **Suspensão abrupta do programa, sem prestação de contas:** com a ruptura da parceria com a Moss, o programa foi abruptamente suspenso e todas as informações foram retiradas do site da GOL. Não houve comunicação prévia adequada aos consumidores, nem divulgação de qualquer relatório que demonstrasse os valores arrecadados, os créditos efetivamente adquiridos ou as compensações realizadas antes da interrupção.
- i) **Recusa em apresentar documentos essenciais:** apesar de instada formalmente, a GOL recusou-se a apresentar o contrato com a Moss sob alegação genérica de sigilo contratual. Tal documento, contudo, é essencial para aferir obrigações recíprocas, previsão de auditoria, cláusulas de reversibilidade, composição de custos e destinação dos recursos — elementos indispensáveis para validar a proposta comercial oferecida ao consumidor.

64. Com efeito, as respostas e documentos fornecidos pela empresa não apenas se revelaram insuficientes, mas também contraditórios, o que reforça a caracterização da prática de **greenwashing**, que é a manipulação da comunicação ambiental para construção de imagem reputacional positiva, sem lastro técnico, transparência informacional ou comprovação de resultados ambientais.

65. Agrava-se ainda o fato de **o consumidor não saber que estava adquirindo um ativo digital (um token) de carbono vinculado a uma blockchain de criptomoedas**, onde as transações eram realizadas pela Moss, parceira da Gol.

66. Aliado a esse fato, **a Verra**, certificadora dos créditos de carbono, ainda no ano de 2022, **proibiu que seus créditos de carbono, verificados e auditados pela empresa e que eram vendidos pela Moss para a Gol e para consumidores, fossem vinculados à tokens (ativos digitais)** pelos riscos de dupla contagem e falta de benefício ambiental real.

67. Tal fato foi determinante para que a Moss parasse de emitir novos tokens no mercado de criptomoedas ainda em 2022 e demonstra que **os créditos de carbono adquiridos ou já estavam aposentados anteriormente pela Gol ou então que a aposentação não ocorria de maneira imediata a compra pelo consumidor**, já que a aposentação do crédito de carbono após a fragmentação em tokens, só poderia ocorrer após a compra de todo aquele crédito, o que torna os requisitos de rastreabilidade e adicionalidade impossíveis de serem cumpridos, tornando a prática ainda mais ilegal.

68. A omissão deliberada de dados essenciais e a recusa em exibir documentos impedem a verificação da efetividade ambiental alegada e demonstram que o contraditório substancial já foi oportunizado, em sede judicial, sem que a GOL tivesse interesse em comprovar a veracidade de suas afirmações. Ademais, reforça que a conduta da GOL não decorreu de descuido eventual, mas de estratégia deliberada de comunicação enganosa.

69. É frente a essa problemática que o Idec propõe a presente Ação Civil Pública.

A REPRESENTATIVIDADE ADEQUADA

II. LEGITIMIDADE ATIVA

70. O **Idec** é uma associação de consumidores, sem fins lucrativos, de utilidade pública nacional, criada em julho de 1987, que tem por missão promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos dos consumidores e a ética nas relações de consumo.

71. O **Instituto** atua de maneira independente de empresas, partidos políticos e governos e conta com recursos provenientes de contribuições e doações de associados e de consumidores, bem como de apoio financeiro de organizações e fundações independentes, sem qualquer vínculo com fornecedores privados de produtos e serviços

72. Notadamente, tem em seus **fins institucionais** a atuação em Juízo como defensor e representante da coletividade consumerista, exercendo a tutela do direito coletivo e buscando: "o equilíbrio ético nas relações de consumo, por meio da maior conscientização e participação do consumidor e do maior acesso à justiça", "a implementação e o aprimoramento da legislação de defesa do consumidor", "a repressão ao abuso do poder econômico nas relações de consumo" e "a melhoria da qualidade de vida, especialmente no que diz respeito à melhoria de qualidade dos produtos e serviços oferecidos".

73. No cumprimento de seus objetivos, o Idec desenvolve as seguintes **atividades**: orienta e informa consumidores; conduz testes comparativos de produtos e serviços; realiza estudos, pesquisas e eventos; promove intercâmbio de conhecimentos técnicos e científicos e de capacitação profissional; atua junto aos poderes públicos para o aperfeiçoamento e cumprimento da legislação de defesa do consumidor; e **atua judicial ou extrajudicialmente em defesa do consumidor, associado ou não**, e de quaisquer direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos.

74. É de se lembrar que o associativismo é incentivado pela Constituição da República nos artigos 5º, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI e 174, §2º, de modo que a própria sociedade civil se estruture para reivindicação de seus direitos e o exercício da cidadania. Decorre da interpretação sistemática desses dispositivos a legitimidade das associações civis para promoção da tutela.

75. Além da previsão constitucional, no âmbito legal, a Lei de Ação Civil Pública (LACP, Lei nº 7.347/85) e o Código de Defesa do Consumidor (CDC, Lei nº 8.078/90) também disciplinam a **legitimidade das associações civis para a tutela coletiva**. Diz-se tutela coletiva as ações aptas a perseguir os direitos difusos, coletivos *stricto sensu* e os individuais homogêneos.

76. O CDC, com seu caráter aperfeiçoador da tutela coletiva no país, define os direitos ou interesses coletivos *lato sensu*, tal como segue:

"Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único: a defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

(...)

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum”.

77. O rol de legitimados para a propositura das ações coletivas está no artigo 82, IV, do CDC, *in verbis*:

“Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

(...)

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código, dispensada a autorização assemblear.”

78. A norma, então, permite que **os legitimados** acima, entre os quais associações **como o Idec, defendam direitos difusos e coletivos dos consumidores** e, ainda, **na qualidade de substitutos processuais**, defendam, em nome próprio, direito individual alheio titulado pelos consumidores, desde que de origem comum, sendo cabível toda e qualquer tipo de ação, inclusive a coletiva, com bem determina o art. 83 do CDC.

79. Por outro lado, o CDC se alinha perfeitamente à LACP, que é explícita ao dispor sobre sua aplicação à defesa do consumidor (art. 1º, inc. II) e, também, por conferir legitimidade às associações civis, como o Idec, para a defesa judicial dos interesses dos consumidores:

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

(...)

II - ao consumidor.

(...)

Art. 5º. Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar:

(...)

V - a associação que, concomitantemente:

a) esteja constituída há pelo menos 1 (um) ano nos termos da lei civil;

b) inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao patrimônio público e social, ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, à livre concorrência, aos direitos de grupos

raciais, étnicos ou religiosos ou ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico”.

80. São normas que se complementam. As inovações trazidas por aquela aplicam-se a este, do mesmo modo que os avanços do Código são incorporados àquela.

81. A respeito da citada interação, esclarece, com maestria, o Professor Kazuo Watanabe⁹:

“A mais perfeita interação entre o Código e a Lei n. 7.347, de 24.7.85 está estabelecida nos arts. 90 e 110 *usque* 117, de sorte que estão incorporados ao sistema de defesa do consumidor as inovações introduzidas pela referida lei especial, da mesma forma que todos os avanços do Código são também aplicáveis ao sistema de tutela de direitos criado pela Lei n. 7.347.”

82. Inegável a intenção do legislador em adotar uma solução mista de defesa de tais interesses e direitos, atribuída a vários órgãos públicos ou privados. O fato de conferir legitimidade às associações não governamentais para a propositura de ações coletivas configura uma contribuição para melhor tutela de interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos e, ainda, retira do Estado um grande ônus, fazendo com que haja valorização da democracia participativa e melhor funcionamento da máquina pública, sem contar o enorme benefício trazido àqueles efetivamente tutelados por tais instituições.

83. Por tais motivos, o Idec propõe a presente Ação Civil Pública na qualidade de substituto processual dos consumidores, associados ou não. Como será visto adiante, a questão versa sobre **interesses e direitos difusos e individuais homogêneos**, envolvendo todos os consumidores que foram expostos à oferta do serviço oferecido pela ré. Nesse sentido, ensina o Professor Hugo Nigro Mazzilli¹⁰:

“Em suma, é, pois, consumidor não só quem adquire um produto ou serviço dentro de uma relação de consumo efetiva, como aquele que, na condição de possível adquirente de produto ou serviço, participar de uma relação de consumo ainda que meramente potencial”.

84. Tratando-se a presente demanda de direitos difusos e individuais homogêneos dos consumidores (que podem e devem ser tratados coletivamente) e, tendo em vista as disposições dos artigos da Constituição

⁹ WATANABE, Kazuo. *Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*, 6. ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1999, p. 711.

¹⁰ NIGRO MAZZILLI, Hugo. *A defesa dos interesses difusos em juízo*, 31. ed. São Paulo, Saraiva Educação, 2019, p. 223.

da República e da legislação infraconstitucional acima discriminados, fácil notar a legitimidade das associações civis, como o Idec, para a promoção da presente demanda.

85. Nesse sentido, vale transcrever os artigos 1º e 3º, alínea "f" do seu Estatuto (doc 1 - Estatuto do Idec), *in verbis*:

"Art. 1 - O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - Idec [...] é pessoa jurídica de direito privado, legalmente constituída desde 1987 sob as Leis da República Federativa do Brasil, na forma de associação civil de finalidade social, sem fins econômicos e lucrativos, apartidária, instituída por tem indeterminado, com atuação em âmbito nacional e ilimitado número de associados e rege-se pela legislação em vigor e por este Estatuto Social."

(...)

"Artigo 3º - Para cumprir seus objetivos, poderão ser desenvolvidas as seguintes atividades:

f) atuar judicial ou extrajudicialmente em defesa do consumidor, associado ou não, nas relações de consumo e qualquer outra espécie de relação correlata, coletiva ou individualmente, também perante os poderes públicos, inclusive nos casos em que o consumidor seja prejudicado com a exigência de tributos;"

86. Os artigos supramencionados, portanto, demonstram que entre as finalidades da parte autora está a defesa dos direitos do consumidor por meio de ações judiciais. Lembre-se, inclusive, que seu fim institucional é a proteção do consumidor no sentido mais amplo e não apenas o consumidor juridicamente definido no Código de Defesa do Consumidor.

87. Oportuno acrescentar que a **legitimidade do Idec para a promoção de ações judiciais** como a em comento, já é **assunto pacificado na jurisprudência**. Colaciona-se exemplo:

"Direito do Consumidor e Processo Civil. Recurso especial. Ação coletiva. Legitimidade do IDEC para a propositura da ação. Direitos individuais homogêneos. Declaração de nulidade de cláusula de contrato de consórcio. Restituição de valores.

- A pertinência subjetiva da entidade associativa de defesa do consumidor para ajuizar ação coletiva se manifesta pela natureza dos interesses e direitos tutelados – individuais homogêneos.

- Os direitos individuais homogêneos referem-se a um número de pessoas ainda não identificadas, mas passível de ser determinado em um momento posterior, e derivam de uma origem comum, do que decorre a sua homogeneidade.

- A origem comum dos direitos individuais homogêneos versados neste processo consiste na declaração de nulidade de cláusula contratual que prevê a devolução das parcelas do contrato de consórcio, após 30 (trinta) dias do encerramento do grupo, aos consorciados desistentes ou excluídos. Recurso especial conhecido e provido." (REsp 987.382/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 09/12/2009)

88. De se considerar, também, que no julgamento do Tema Repetitivo nº 948/STJ, houve a confirmação da legitimidade por substituição das associações de defesa de consumidor, enquanto substitutas processuais dos consumidores, conforme se pode verificar da seguinte tese firmada:

Tema nº 948/STJ:

Em ação civil pública proposta por Associação, na condição de substituta processual de consumidores, possuem legitimidade para a liquidação e execução da sentença todos os beneficiados pela procedência do pedido, independentemente de serem filiados à Associação promovente.

89. No caso em espécie, mediante acréscimo de um determinado valor¹¹ ao contrato, a Gol se compromete à aquisição de créditos de carbono para a compensação de gases de efeito estufa (GEE) produzidos durante a viagem aérea. Todavia, na forma como a oferta se apresenta – seja nas condições gerais de contratação, seja na sua página eletrônica – não se encontram esclarecimentos suficientes sobre o próprio objeto do serviço, ou seja, como o valor pago se converterá, efetivamente, em compensação integral das referidas emissões de carbono.

90. Portanto, demonstrados os fins institucionais do autor e a pertinência temática com os direitos protegidos na presente ação, preenchido está o requisito da legitimidade do Idec, enquanto substituto processual dos consumidores, de acordo com o artigo 82 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor e 5º da LACP, sendo patente, outrossim, a adequação da via eleita, que decorre das disposições legais acima citadas.

91. Destarte, tratando a presente demanda de direitos difusos e demonstrados os fins institucionais do autor e a pertinência temática com os direitos protegidos na presente ação, preenchido está o requisito da legitimidade do Idec, enquanto substituto processual dos consumidores, de acordo com o art. 82 e ss. do CDC e art. 5º. da LACP, sendo patente, outrossim, a adequação da via eleita, que decorre das disposições legais acima citadas.

¹¹ Valor variável de acordo com o trecho percorrido. Em uma simulação realizada em 10/01/2025 para o trecho São Paulo - Rio de Janeiro, ida e volta, o valor adicional calculado pela empresa foi de R\$5,46 (cinco reais e quarenta e seis centavos), correspondente, segundo as informações apresentadas, à compensação de 0,067 toneladas de gases de efeito estufa do total de 10 toneladas emitidas no percurso.

A JURISDIÇÃO

III. A LEGITIMIDADE PASSIVA

92. No presente caso, a relação entre os consumidores expostos a oferta, apresentação e publicidade de serviço de cunho ambiental enganoso através do programa “Meu Voo Compensa” da Gol, é nitidamente de consumo, nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor.

93. Ademais, como toda oferta e apresentação está vinculada diretamente à serviço prestado pela Gol, ou seja, pela possibilidade de se “neutralizar” o carbono das viagens realizadas pelos seus consumidores, não há dúvidas de que a Ré é parte legítima para figurar na presente demanda.

94. Por outro lado, ainda que a Gol venha a alegar que realizou mera intermediação de compra de tokens de carbono, cuja venda (ou doação) era realizada diretamente pela empresa Moss Earth, de se recordar que pelas disposições do art. 7º, parágrafo único, art. 17 e 34, todos do Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade na cadeia de consumo é solidária, de maneira que a presente demanda pode (e deve) ser intentada diretamente contra a Gol.

95. Diante do exposto, não há dúvidas que a **Gol** é parte legítima para figurar no polo passivo da presente demanda.

IV. A COMPETÊNCIA & A ABRANGÊNCIA NACIONAL

96. A competência da presente ação está vinculada a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, sendo medida impositiva ao presente procedimento principalmente por ser o IDEC uma associação de defesa de consumidores, autorizada a promover a ação civil pública e quaisquer outras medidas para propiciar a efetiva defesa dos interesses e direitos dos consumidores, conforme bem preleciona os artigos 82, inciso IV e 83 do Código de Defesa do Consumidor.

97. Os direitos tutelados na presente ação são difusos (art. 81, inciso I, CDC), pois a oferta, apresentação e publicidade das campanhas de sustentabilidade para redução das emissões de carbono adotadas pela Gol afetam indetermináveis consumidores, já que os expõem a práticas que revelam evidentes violações a boa-fé objetiva, ante a quebra do dever de transparência (art. 4º, inciso III, CDC), do fomento a educação ambiental (art. 4º, inciso IX, CDC), da liberdade de escolha do consumidor (art. 6º, inciso II, CDC), do seu direito à informação (art. 6º, inciso III, CDC) e da proteção contra publicidade abusiva e enganosa, principalmente por omissão (art. 6º,

inciso IV e 37, §§ 1º e 3º, CDC), em razão de terem o potencial de desrespeitar valores ambientais, bem como ante a vagueza informacional de dados essenciais sobre os serviços prestados aos consumidores no mercado de consumo e que demandam explicações por parte da ré.

98. Bem por isso que o art. 93, inciso II c/c com artigo 101, inciso I do CDC e com a orientação do Tema nº 1075 de Repercussão Geral do STF permitem que as ações de que trata o CDC sejam distribuídas no foro do domicílio do autor, principalmente na Capital do Estado quando o dano é de natureza nacional, como o que aqui se apresenta, já que a Gol é companhia de transporte aéreo que oferta serviço em todo o Brasil e expõe suas práticas comerciais em nível nacional.

99. Ademais, a própria Gol informa em seu site¹², que o foro para dirimir quaisquer questões decorrentes do contrato de transporte aéreo é o foro da comarca de São Paulo, em que pese a mesma ser sediada no Rio de Janeiro.

15. LEI APLICÁVEL E FORO

15.1. O presente Contrato é regido pela legislação Brasileira. Qualquer controvérsia oriunda do presente Contrato deverá ser dirimida no Foro da Comarca de São Paulo.

100. Por fim, cabe esclarecer que por ser a Gol uma das maiores demandadas no Poder Judiciário, a mesma tem o costume de aderir ao programa "Juízo 100% digital", informando em suas contestações o endereço de e-mail pelo qual recebe citações, qual seja "gr-juridicocontencioso@voegol.com.br", não havendo dúvidas, portanto, quanto a possibilidade da presente Ação Civil Pública ser direcionada ao Juízo de uma das Varas Cíveis deste Tribunal.

101. Portanto, não há como fugir da conclusão de que a natureza jurídica da presente ação coletiva é de **"ação civil pública"** e, evidentemente, a tutela jurisdicional satisfativa alcança a todos os consumidores que estejam em situação jurídica homogênea àquela descrita na Petição Inicial.

102. Se assim não fosse, o sentido da ACP restaria esvaziado e com possibilidade de serem proferidas decisões antagônicas em diversas

¹² Disponível em: <https://www.voegol.com.br/informacoes-legais/contrato-de-transporte-aereo-de-passageiros> - Acesso em 12/11/2025.

jurisdições, gerando insegurança jurídica e acarretando grave prejuízo ao necessário tratamento isonômico de todos perante a Justiça, bem como à total incidência do **princípio da eficiência** na prestação da atividade jurisdicional.

103. Ademais, cita-se, ainda, diversos outros dispositivos que complementam todo o microsistema processual coletivo, tal como o CDC, concretizando o comando constitucional inscrito no art. 5º, XXXII, CF, que traz regra específica de substituição processual (art. 81, 82, 93 e 103 CDC), assim como o art. 5º, LXX, ao prever o mandado de segurança coletivo, a própria Ação Popular (CF, art. 5º, LXXIII), e, por fim, a legitimidade das associações civil (CF, art. 129, III, e § 1º).

104. Nessa ordem de ideias, tem-se que a **abrangência nacional** desta ACP é senão consectário lógico da natureza jurídica dos direitos coletivamente tutelados, pois os beneficiados podem ser indetermináveis – direitos difusos –, ou indeterminados, em um primeiro momento – direitos coletivos e individuais homogêneos –, sendo possível que os titulares do direito estejam dispersos em diferentes Municípios ou Estados; ou ainda em todos os Estados e Municípios brasileiros.

A CONTEXTUALIZAÇÃO DO MÉRITO

V. DA EMERGÊNCIA CLIMÁTICA E DA PERCEPÇÃO DAS PESSOAS CONSUMIDORAS

105. A emergência climática figura hoje como um dos grandes desafios da humanidade. Seus impactos são amplos e variados, manifestando-se, por exemplo, em eventos climáticos extremos que se tornam cada vez mais frequentes e intensos – como as grandes enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em 2024 e afetaram a vida de milhões de brasileiros¹³.

106. Nesse mesmo ano, a Organização Meteorológica Mundial divulgou um relatório¹⁴ apontando que a temperatura média global ultrapassou, pela primeira vez, a marca de 1,5°C em relação aos níveis pré-industriais, tornando 2024 o ano mais quente já registrado. Embora esse dado não represente, por si só, o rompimento da meta de limitar o aquecimento global a 1,5°C, conforme estabelecido no Acordo de Paris, ele deve ser visto como um grave sinal de alerta quanto à trajetória de aquecimento que o planeta

¹³ Disponível em: <https://cop30.br/pt-br/noticias-da-cop30/enchentes-no-rio-grande-do-sul-escancararam-a-crise-do-clima>. Acesso em: 28/10/2025.

¹⁴ Disponível em: <https://wmo.int/publication-series/state-of-global-climate-2024>. Acesso em: 09 out 2025.

vem seguindo – resultado direto, como destaca o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC)¹⁵, das atividades humanas, especialmente das emissões de gases de efeito estufa (GEE).

107. O Acordo de Paris, tratado cuja eficácia supralegal foi reconhecida pelo Supremo Tribunal Federal (STF)¹⁶, é um dos instrumentos criados para concretizar esse objetivo. Nele, os países signatários comprometeram-se a envidar esforços para manter o aumento da temperatura média global bem abaixo de 2°C em relação aos níveis pré-industriais e a buscar limitá-lo a 1,5°C. Cada país define, em suas Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDCs, na sigla em inglês), as metas nacionais de redução de emissões de GEE e de adaptação a um mundo mais quente.

108. A NDC do Brasil, por exemplo, estabelece o compromisso de reduzir as emissões líquidas de GEE entre 59% e 67% até 2035, em comparação aos níveis de 2005, com o objetivo de alcançar a neutralidade climática até 2050. Cumprir essas metas requer, de um lado, uma urgente e vigorosa mudança de rota nos atuais padrões de produção e consumo, dependentes e estruturados a partir de uma matriz energética não-renovável, para um modelo baseado em energias renováveis e de baixo carbono; de outro, depende do alinhamento e da sinergia dos Estados em torno de objetivos e metas comuns, da internalização desses compromissos pelos respectivos ordenamentos nacionais, além de articular os esforços da iniciativa privada e da sociedade civil para atuar conjuntamente na redução das emissões.

109. Nesse contexto, as pessoas consumidoras têm se mostrado cada vez mais conscientes e engajadas diante dos desafios ambientais. Pesquisas globais indicam que 81% dos consumidores em todo o mundo acreditam que as empresas devem atuar para melhorar o meio ambiente¹⁷. No Brasil, 84%

¹⁵ Disponível em: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/chapter/summary-for-policymakers/>. Acesso em: 10 out 2025.

¹⁶ “17. Na mesma linha, a Constituição reconhece o caráter supralegal dos tratados internacionais sobre direitos humanos de que o Brasil faz parte, nos termos do seu art. 5º, § 2º. E não há dúvida de que a matéria ambiental se enquadra na hipótese. Como bem lembrado pela representante do PNUMA no Brasil, durante a audiência pública: “Não existem direitos humanos em um planeta morto ou doente” (p. 171). Tratados sobre direito ambiental constituem espécie do gênero tratados de direitos humanos e desfrutam, por essa razão, de status supranacional. Assim, não há uma opção juridicamente válida no sentido de simplesmente omitir-se no combate às mudanças climáticas.” ADPF 708, Relator(a): ROBERTO BARROSO, Tribunal Pleno, julgado em 04-07-2022, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-194 Publicado em 28-09-2022.

¹⁷ Disponível em: <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2018/global-consumers-seek-companies-that-care-about-environmental-issues/>. Acesso em: 09/11/ 2025.

das pessoas consumidoras afirmam desejar reduzir seu impacto individual sobre o meio ambiente e 55% declaram estar dispostas a pagar mais por produtos e marcas sustentáveis¹⁸.

110. Apesar disso, os atuais modos de produção e consumo continuam a reproduzir e intensificar injustiças ambientais, cujos impactos recaem de forma desproporcional sobre grupos vulnerabilizados, como populações de baixa renda, racializadas, periféricas e comunidades tradicionais. Ainda que a preocupação ambiental seja crescente entre consumidores, o acesso a bens e serviços verdadeiramente responsáveis e sustentáveis permanece desigual em nosso país.

111. Logo, a transição para modelos de produção e consumo social e ambientalmente responsáveis deve incorporar os princípios da justiça socioambiental e climática, assegurando que as transformações nos modos dominantes de produção e consumo sejam pautadas pela equidade, pela inclusão e pelo envolvimento efetivo das pessoas consumidoras.

112. Essa tensão entre um consumo mais consciente e práticas empresariais nem sempre alinhadas a esse propósito tem impulsionado uma crescente exigência por maior responsabilidade corporativa. Em resposta a esse cenário, muitas empresas passaram a incorporar o discurso da sustentabilidade em suas estratégias institucionais e de marketing.

113. É o caso da Requerida, que, até então, ofertava aos consumidores um produto comercial, cujo objetivo era compensar as emissões de GEE decorrentes de suas viagens aéreas, mediante a aquisição de créditos de carbono e que, por vezes, não era suficiente para mitigar o alto impacto ambiental proveniente da sua própria atividade empresarial altamente poluidora.

VI. DOS CONCEITOS DE GREENWASHING E CRÉDITOS DE CARBONO

114. O greenwashing corresponde ao uso estratégico de alegações ambientais para construir imagem positiva perante consumidores e investidores, sem que haja, na prática, comprovação técnica ou efetividade das ações divulgadas. Trata-se de prática que manipula símbolos, linguagem ou informações sobre sustentabilidade, ocultando contradições relevantes, impactos socioambientais negativos e promovendo falsa percepção de responsabilidade socioambiental.

¹⁸ Disponível em: <https://akatu.org.br/conheca-os-resultados-publicos-da-pesquisa-vida-saudavel-e-sustentavel-2022/>. Acesso em: 09/11/2025.

115. Segundo Frances Bowen¹⁹, o *greenwashing* deve ser entendido como parte do fenômeno do **"ambientalismo corporativo simbólico"**, um conjunto de práticas pelas quais empresas fazem declarações ambientais positivas e visíveis, mas que não correspondem a mudanças substantivas em seu desempenho ambiental real. Para a professora, o *greenwashing* gera um **"custo social difuso"**, pois mobiliza símbolos verdes para conquistar legitimidade e reputação enquanto desvia atenção e energia coletiva de soluções autênticas para a crise ambiental.

116. A partir desses apelos de sustentabilidade, as corporações buscam atrair consumidores que procuram produtos e serviços ecologicamente responsáveis, transformando a sustentabilidade em diferencial competitivo e instrumento de posicionamento mercadológico.

117. Todavia, as decisões de consumo orientadas por tais apelos baseiam-se em um inequívoco depósito de confiança do consumidor nas informações prestadas pelo fornecedor²⁰, o que evidencia a **assimetria informacional e a vulnerabilidade do consumidor nessa relação**. Essa desigualdade demonstra a dificuldade que os consumidores enfrentam para identificar o *greenwashing*, ficando sujeitos à boa-fé nas alegações veiculadas pelas empresas.

118. O *greenwashing* é um reflexo direto dessa desigualdade informacional e da falta de transparência nas relações de consumo²¹. Engloba, entre outras práticas, o repasse de informações incorretas, incompletas ou não verificáveis sobre produtos e serviços; a ausência ou inacessibilidade de fundamentação técnica adequada; a omissão de dados relevantes; e o uso de mensagens ambíguas, imprecisas ou exageradas que induzem o consumidor a erro.

119. Também se manifesta pelo uso de elementos da natureza – como cores, imagens, sons ou expressões – que evocam uma ideia de sustentabilidade sem qualquer correspondência com a atividade empresarial.

¹⁹ BOWEN, Frances. After Greenwashing: Symbolic Corporate Environmentalism and Society. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, pp. 34-35, 38, 227-229.

²⁰ MÉO, Leticia Caroline. Greenwashing e Direito do Consumidor: como prevenir (ou reprimir) o marketing ambiental ilícito. São Paulo: Thomson Reuters / Revista dos Tribunais, p. 65, 2019.

²¹ Art. 4º, caput e inciso I, do CDC.

120. Importar frisar que o **greenwashing constitui uma forma específica de desinformação socioambiental na publicidade**²². A garantia da integridade da informação climática tem sido uma das prioridades da atuação do governo brasileiro, tanto em fóruns internacionais quanto na implementação de políticas nacionais.

121. Isso porque a **desinformação foi reconhecida pela UNESCO como o principal risco global para 2025 e anos subsequentes**²³, preocupação agravada pelo contexto atual de proliferação de conteúdos digitais e do uso desregulado da inteligência artificial.

122. Durante a 19ª Reunião de Cúpula do G20, realizada no Rio de Janeiro em 2024, o Brasil, em parceria com a UNESCO e a ONU, lançou a Iniciativa Global pela Integridade da Informação sobre Mudança do Clima, com o objetivo de enfrentar a desinformação e os discursos de ódio, criando um fundo internacional de apoio a atividades de pesquisa, comunicação e conscientização pública sobre o tema²⁴.

123. A informação incorreta (*misinformation*) e a desinformação (*disinformation*) sobre as mudanças climáticas podem ser distinguidas, respectivamente, como a *"produção e consumo de informações orientadas em fortes crenças ou ideologias, por isso incorretas ou errôneas, mas sem a intenção primordial de gerar engano e dano"* e como *"ações coordenadas e deliberadas para influenciar outros a partir de objetivos pré-definidos"*²⁵. Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), ambas dificultam a ação climática, seja ao negar a existência das mudanças climáticas, adiar soluções, enganar o público ou disseminar teorias conspiratórias que minam a confiança nas instituições públicas.

²² Naderer, Brigitte, Schmuck, Desirée and Matthes, Jörg. "2.3 Greenwashing: Disinformation through Green Advertising". *Commercial Communication in the Digital Age: Information or Disinformation?*, edited by Gabriele Siegert, M. Bjørn Rimscha and Stephanie Grubenmann, Berlin, Boston: De Gruyter Saur, 2017, p.106.
<https://doi.org/10.1515/9783110416794-007>

²³ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-05/desinformacao-e-principal-risco-global-para-2025-e-anos-subsequentes>. Acesso em: 17 out 2025.

²⁴ Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/g20-brasil-onu-e-unesco-lancam-iniciativa-global-para-integridade-da-informacao-sobre-mudancas-do>. Acesso em: 17 out 2025.

²⁵ Guia para atuação jurídica pela integridade da informação climática. Organização: LAPAJ et al. São Paulo: Instituto Democracia em Xequê, 2025. Disponível em: <https://integridadeclima.org/documentos/guia-para-atuacao-juridica-pela-integridade-da-informacao-climatica/>. Acesso em: 07 out 2025.

124. Para o PNUD, o *greenwashing*, enquanto forma de desinformação climática, cria uma falsa impressão de progresso ambiental, retardando a adoção de políticas e regulações mais rigorosas de combate à emergência climática e comprometendo a confiança pública em iniciativas genuinamente sustentáveis²⁶.

125. Conforme descrito pelo NetLab/UFRJ²⁷, o *greenwashing* representa um problema concreto para os consumidores, uma vez que interfere diretamente em suas decisões de consumo e, conseqüentemente, em sua autonomia, que constitui uma das principais formas de resistência frente aos impactos que os modos de produção e consumo exercem sobre a natureza.

126. No setor de aviação, cuja atividade é inerentemente associada a impactos ambientais – especialmente pela emissão de GEE –, é comum observar práticas de *greenwashing*. As companhias aéreas costumam adotar discursos e iniciativas que as apresentam como ambientalmente responsáveis, ainda que essas medidas sejam, em grande parte, meramente acessórias diante do elevado impacto ambiental que caracteriza sua atividade-fim²⁸.

127. Ademais, Angus Nurse²⁹ analisa o *greenwashing* como expressão de **crime ambiental corporativo em sentido ampliado**. Sob a ótica da criminologia verde, tais condutas não devem ser tratadas como meras irregularidades regulatórias, mas como práticas estruturais que normalizam a apropriação privada de símbolos ecológicos e externalizam custos ambientais. A partir desse marco, a publicidade enganosa em torno de créditos de carbono não é apenas falha ética ou contratual, mas integra um padrão sistemático de **"compliance criativo"**, em que empresas exploram lacunas normativas para apresentar-se como ambientalmente responsáveis, enquanto perpetuam danos ambientais significativos.

²⁶ Disponível em: <https://climatepromise.undp.org/news-and-stories/what-are-climate-misinformation-and-disinformation-and-how-can-we-tackle-them>. Acesso em: 17 out 2025.

²⁷ SANTINI, Marie; SALLES, Débora; SANTOS, Marina; SANCHOTENE, Nicole; MELO, Bianca; DIAS, Julia; MAGALHÃES, Thamyres; SCORTEGAGNA, Vinícius; FERREIRA, Fernando; MATTOS, Bruno; BORGES, Amanda; YONESHIGUE, Bernardo. Greenwashing na transição energética: Como anúncios no LinkedIn distorcem o debate climático e legitimam práticas insustentáveis. Rio de Janeiro: NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Publicado em 16 de outubro de 2025, p. 4.

²⁸ Medeiros, P., Salles, D., Magalhães, T., Melo, B., & Santini, R. M. (2024). Greenwashing e Desinformação: A Publicidade Tóxica do Agronegócio Brasileiro nas Redes. Comunicação E Sociedade, 45, e024008, p. 7.

²⁹ NURSE, Angus. Cleaning Up Greenwash: Corporate Environmental Crime and the Crisis of Capitalism. London: Routledge, 2022, pp. 10-12.

128. Em síntese, no contexto específico das relações de consumo, o *greenwashing* produz dupla distorção: prejudica diretamente o consumidor, induzido a erro por publicidade enganosa, e compromete indiretamente a confiança pública em iniciativas ambientais legítimas, esvaziando o mercado de consumo consciente.

129. Por sua vez, os **créditos de carbono** constituem instrumentos econômicos de compensação ambiental, lastreados na lógica da redução ou remoção de emissões de gases de efeito estufa. Cada crédito representa uma tonelada de dióxido de carbono equivalente (tCO₂e) que deixou de ser emitida ou foi removida da atmosfera em decorrência de um projeto específico, sujeito a metodologias internacionalmente aceitas e auditado por entidades independentes.

130. Em relação às metodologias internacionalmente aceitas, o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC)³⁰ destaca que a quantificação das emissões em tCO₂e envolve escolhas complexas, como a adoção do *Global Warming Potential* (GWP100), do *Global Temperature Change Potential* (GTP) ou de métricas emergentes como o GWP*, que considera o impacto dinâmico do metano. Cada métrica considera diferentes horizontes temporais e pressupostos científicos, com consequências diretas na quantificação. A literatura científica mostra que a seleção de métricas pode alterar tanto o custo econômico de mitigação quanto a efetividade das ações ambientais.

131. É justamente nesse cenário de elevada complexidade técnica que emerge um dos principais problemas associados ao uso de créditos de carbono: falsa equivalência frequentemente sugerida entre os supostos benefícios das atividades de compensação e os danos climáticos efetivamente gerados pelas atividades emissoras de GEE. A literatura especializada afirma que as atividades de compensação não podem ser equiparadas ao corte direto de emissões, que permanece como o método mais eficaz de mitigação climática³¹.

³⁰ AR6 Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change. Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, 2022. Capítulo 2 ("Emissions Trends and Drivers"), Box 2: GHG Emissions Metrics. Disponível em: https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/report/IPCC_AR6_WGIII_Annex-II.pdf. Acesso em: 3 set 2025.

³¹ Kaupa, C. (2022). Peddling false solutions to worried consumers: The promotion of greenhouse gas "offsetting" as a misleading commercial practice. *Journal of European Consumer and Market Law*, 2022(4), p. 144. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4157810. Acesso em: 13 nov. 2025.

132. Clemens Kaupa observa que a própria natureza complexa dos impactos climáticos atribuídos às atividades de compensação – marcada por margens de incerteza, fragilidades de contabilização e risco de reversão –, combinada com a profunda assimetria informacional entre empresas e consumidores, impede que o público detenha condições técnicas e científicas para avaliar a veracidade dessas alegações³². Essa limitação torna as pessoas consumidoras ainda mais vulneráveis a mensagens que prometem “soluções fáceis” para um problema complexo.

133. Nesse contexto, comunicações publicitárias que apresentam produtos e serviços como “zero emissões”, “carbono neutro” ou que prometem “apagar pegada de carbono”, sem esclarecer os métodos utilizados e suas limitações, constroem uma percepção simplificada e tecnicamente insustentável sobre a efetividade das ações de compensação.

134. Esses discursos frequentemente se baseiam em créditos de carbono cuja integridade ambiental é questionável³³, dependem de premissas científicas incertas e não representam redução real e mensurável de emissões. Logo, tais alegações possuem elevado potencial de induzir o consumidor a conclusões equivocadas, ao sugerirem resultados impossíveis ou improváveis.

135. Além disso, essa apresentação pode desestimular ações concretas de redução de emissões na fonte, ao transmitir a ideia de que a mera compra de créditos é suficiente para neutralizar impactos climáticos complexos.

136. Assim, quando uma empresa oferece serviços de “compensação de carbono”, é indispensável a apresentação transparente da metodologia adotada, dos parâmetros técnicos de quantificação utilizados e dos documentos comprobatórios. A omissão desses elementos, como no caso da GOL, inviabiliza a aferição da efetividade do programa e compromete a própria noção de neutralização climática.

³² Ibid., pp. 144-145.

³³ Relatório da Corporate Accountability demonstra que os maiores projetos de compensação de carbono do mundo dificilmente entregarão as reduções de emissões que afirmam proporcionar. Ao analisar 47 desses projetos em 2024, o estudo identificou que 80% dos créditos aposentados apresentavam problemas de integridade, ou seja, possuíam baixa probabilidade de efetivamente evitar ou remover carbono. Ver em: <https://corporateaccountability.org/wp-content/uploads/2025/06/BUILT-TO-FAIL.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2025.

137. Ademais, a **integridade do mercado de carbono** depende, ainda, de **três elementos básicos**: **(i) rastreabilidade**, que assegura a vinculação entre o crédito adquirido e o projeto que o originou; **(ii) adicionalidade**, que garante que o benefício ambiental não teria ocorrido sem o financiamento decorrente da compra do crédito; e **(iii) aposentadoria efetiva**, que impede a revenda ou dupla contagem do mesmo crédito em diferentes operações.

138. A correlação entre ambos os conceitos é direta: **a ausência de comprovação técnica e documental acerca da origem, validade e aposentadoria dos créditos de carbono comercializados converte programas de compensação em meros instrumentos de greenwashing.**

139. Quando a empresa não consegue demonstrar, com documentação verificável, que os valores pagos pelos consumidores foram integralmente destinados à aquisição e aposentadoria de créditos legítimos, a promessa de neutralização climática não passa de uma alegação publicitária ilusória.

140. Nessa hipótese, o discurso ambiental, em vez de promover educação e consumo responsável, transforma-se em mecanismo de **captura reputacional**, isto é, uma estratégia para projeção de uma imagem de responsabilidade ambiental, prejudicando a coletividade e banalizando a pauta climática.

O MÉRITO DA CAUSA

VII. DO GREENWASHING COMO PUBLICIDADE ENGANOSA

141. Como exposto em tópico anterior, o fenômeno do *greenwashing* caracteriza-se pelo uso estratégico de apelos ambientais por empresas, manipulando discursos, imagens ou símbolos associados à sustentabilidade, com o intuito de transmitir ao público uma aparência de responsabilidade ambiental que não encontra respaldo em ações concretas, auditáveis ou tecnicamente fundamentadas.

142. No ordenamento jurídico brasileiro, o *greenwashing* configura prática abusiva e ilícita à luz do Código de Defesa do Consumidor, por violar diversas normas, caracterizando especialmente: **(i) indução ao erro por omissão ou ambiguidade de informações** (arts. 6º, III e IV, e 37, §§1º e 3º, do CDC); **(ii) comprometimento da liberdade de escolha** (art. 6º, II, do CDC); e **(iii) publicidade enganosa que compromete o fomento à educação ambiental** (art. 4º, IX, do CDC).

143. Sua reiteração distorce o próprio mercado de consumo ambientalmente orientado, desequilibrando a concorrência – podendo, inclusive, configurar prática de concorrência desleal nos termos do art. 195, I, da Lei nº 9.279/96 –, e frustrando expectativas legítimas dos consumidores.

144. Neste sentido, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) produziu o seguinte infográfico³⁴ para orientar os consumidores a identificarem práticas de *greenwashing*, que classifica como publicidade enganosa, e os orientando a denunciar tais condutas ao Procon, ao Ministério Público e na plataforma Consumidor.gov.br:



145. A Senacon, a partir de consulta formulada por este Instituto, ora Requerente, publicou, por meio do seu Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, a Nota Técnica nº 4/2025, na qual reconhece o *greenwashing* como prática violadora dos princípios basilares do CDC, especialmente o dever de informação, reafirmando que o fornecedor deve prestar informações corretas, claras e precisas sobre produtos e serviços.

146. A Nota destaca que a publicidade enganosa abrange "*artifícios que buscam enganar e induzir o consumidor ao erro*", inclusive quando o apelo é de natureza ambiental. Assim, mesmo estratégias sutis ou imprecisas, como o uso de alegações vagas, genéricas ou sem comprovação científica, violam o CDC, independentemente de ter havido dano efetivo, bastando o potencial lesivo da comunicação. Por fim, o documento adverte que:

as práticas de greenwashing atrasam soluções reais para o que a Organização das Nações Unidas (ONU) classifica como uma tripla crise planetária, em que enfrentamos, simultaneamente, as mudanças climáticas, a poluição atmosférica e a perda da

³⁴ Disponível em <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/greenwashing-entenda-o-que-e-e-aprenda-a-se-defender-de-propagandas-falsas> Acesso em: 29 jul 2025.

biodiversidade, de modo que, onde o greenwashing causa um impacto ambiental relevante, ele pode ser considerado um crime ambiental, punido de acordo com a Lei dos Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/1998)³⁵.

147. A doutrina nacional também reconhece a ilicitude do *greenwashing* à luz dos princípios que regem a atividade publicitária nas relações de consumo.

148. Conforme sistematização de Bruno Miragem³⁶, devem ser observados três pilares fundamentais no direito à informação aplicado à publicidade: **(i) o princípio da identificação**, segundo o qual toda publicidade deve ser veiculada de forma clara e imediata como tal, distinguindo-se de conteúdos editoriais ou institucionais, nos termos do art. 36 do CDC; **(ii) o princípio da veracidade**, que exige que a mensagem publicitária contenha apenas informações verdadeiras e tecnicamente fundamentadas, cabendo ao fornecedor manter, em seu poder, os dados fáticos, científicos e econômicos que sustentam a comunicação (art. 36, parágrafo único); e **(iii) o princípio da vinculação**, que determina que toda promessa feita na publicidade integra automaticamente a oferta, vinculando o fornecedor à sua fiel execução (arts. 30 e 35 do CDC).

149. De fato, quando uma empresa omite dados essenciais ou utiliza linguagem ambígua para promover vantagens ambientais inexistentes ou sem comprovação, incorre em **publicidade enganosa por omissão** (art. 37, §§1º e 3º, CDC), ainda que as informações não sejam integralmente falsas.

150. O critério de aferição é objetivo: basta que a omissão ou imprecisão seja apta a induzir o consumidor médio em erro quanto à natureza, impacto ou confiabilidade do serviço ofertado³⁷. Vejamos entendimento do STJ sobre o tema:

³⁵ Nota Técnica nº 4/2025/CGEMM/DPDC/SENACON/MJ. Processo Administrativo nº 08012.000493/2025-17. Disponível para consulta pública em:

https://sei.mj.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0. Acesso em: 27 out 2025.

³⁶ MIRAGEM, Bruno. Curso de direito do consumidor. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, pp. 271-280.

³⁷ Veja-se o entendimento do STJ sobre o tema:

"(...) É considerada publicidade enganosa a que contém informação total ou parcialmente falsa, ou que, mesmo por omissão, é capaz de induzir o consumidor a erro (art. 37, §§ 1º e 3º, do CDC). 4. **O art. 31 do CDC traz relação meramente exemplificativa de algumas informações que devem constar na publicidade de um produto ou serviço**, tais como "características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança

CONSUMIDOR. AÇÃO COLETIVA. PUBLICIDADE DE PRODUTOS EM CANAL DA TV FECHADA. OMISSÃO DE INFORMAÇÃO ESSENCIAL. PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO OBTIDOS SOMENTE POR MEIO DE LIGAÇÃO TARIFADA. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO. NÃO OBSERVÂNCIA DO DEVER POSITIVO DE INFORMAR. MULTA DIÁRIA FIXADA NA ORIGEM. AUSÊNCIA DE EXORBITÂNCIA. REDUÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL INCOGNOSCÍVEL.

1. Na origem, a Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro propôs ação coletiva contra Polimport Comércio e Exportação Ltda. (Polishop), sob a alegação de que a ré expõe e comercializa seus produtos em um canal da TV fechada, valendo-se de publicidade enganosa por omitir o preço e a forma de pagamento, os quais somente podem ser obtidos mediante ligação telefônica tarifada e onerosa ao consumidor, independentemente de este adquirir ou não o produto. 2. O Juízo de primeiro grau julgou procedente o pedido para condenar a ré à obrigação de informar elementos básicos para que o consumidor, antes de fazer o contato telefônico, pudesse avaliar a possível compra do produto, com destaque para as características, a qualidade, a quantidade, as propriedades, a origem, o preço e as formas de pagamento, sob pena de multa diária por descumprimento. O Tribunal de origem, em sede de agravo interno, manteve a sentença. 3. O direito à informação, garantia fundamental da pessoa humana expressa no art. 5º, inciso XIV, da Constituição Federal, é gênero que tem como espécie o direito à informação previsto no Código de Defesa do Consumidor. 4. O Código de Defesa do Consumidor traz, entre os direitos básicos do consumidor, a "informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam" (art. 6º, inciso III). 5. O Código de Defesa do Consumidor atenta-se para a publicidade, importante técnica pré-contratual de persuasão ao consumo, trazendo, como um dos direitos básicos do consumidor, a "proteção contra a publicidade enganosa e abusiva" (art. 6º, IV). 6. **A publicidade é enganosa por comissão quando o fornecedor faz uma afirmação, parcial ou total, não verdadeira sobre o produto ou serviço, capaz de induzir o consumidor em erro (art. 37, § 1º). É enganosa por omissão a publicidade que deixa de informar dado essencial sobre o produto ou o serviço, também induzindo o consumidor em erro exatamente por não esclarecer elementos fundamentais (art. 37, § 3º).** 7. O caso concreto é exemplo de publicidade enganosa por omissão, pois suprime algumas informações essenciais sobre o produto (preço e forma de pagamento), as quais somente serão conhecidas pelo consumidor mediante o ônus de uma ligação

dos consumidores". 5. No entanto, **para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação**, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário" (REsp n. 1.705.278/MA, relator Ministro Antonio Carlos Ferreira, Quarta Turma, julgado em 19/11/2019, DJe de 2/12/2019).

tarifada, mesmo que a compra não venha a ser concretizada. 8. Quando as astreintes são fixadas conforme a capacidade econômica, a redução da multa diária encontra óbice no reexame do conjunto fático-probatório dos autos (Súmula 7/STJ). Ressalvam-se os casos de fixação de valor exorbitante, o que não ocorre no caso concreto. 9. A inexistência de similitude fática e jurídica entre os acórdãos confrontados impede o conhecimento do recurso especial com fundamento na divergência jurisprudencial. Recurso especial conhecido em parte e improvido. (grifo nosso) (REsp n. 1.428.801/RJ, relator Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 27/10/2015, DJe de 13/11/2015)

151. De maneira análoga, o Conselho Nacional Autorregulamentação Publicitária (CONAR) estabeleceu no parágrafo único do art. 36 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP)³⁸ a seguinte previsão:

Considerando a crescente utilização de informações e indicativos ambientais na publicidade institucional e de produtos e serviços, serão atendidos os seguintes princípios:

veracidade – as informações ambientais devem ser verdadeiras e passíveis de verificação e comprovação;

exatidão – as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas;

pertinência – as informações ambientais veiculadas devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados;

relevância – o benefício ambiental salientado deverá ser significativo em termos do impacto total do produto e do serviço sobre o meio ambiente, em todo seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte.

152. Em 2011, o CONAR também criou um anexo específico sobre apelos de sustentabilidade, fixando que, além de atender às provisões gerais do CBAP, a publicidade da sustentabilidade deverá refletir a responsabilidade do anunciante com o meio ambiente e levará em conta os seguintes princípios: concretude, veracidade, exatidão e clareza, comprovação de fontes, pertinência, relevância, vedação a promessas absolutas e vedação à apropriação indevida de causas.

³⁸ Disponível em <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php> Acesso em: 29 jul 2025.

153. Com base nestas premissas, o CONAR já analisou dezenas de casos³⁹, que representam relevantes precedentes, no sentido de encorajar as empresas a utilizarem esses princípios, a fim de que o consumidor, em última análise, não seja ludibriado pela publicidade ilusória e evasiva.

154. Vale destacar que, em novembro de 2025, o CONAR atualizou o CBAP, incorporando modificações relevantes na parte geral e também no Anexo "U", em alinhamento com as normas da Câmara Internacional de Comércio. A nova redação estabelece princípios e diretrizes para anúncios com apelos de sustentabilidade e alegações socioambientais, reafirmando que o *greenwashing* prejudica o ambiente informacional e obstrui a capacidade das pessoas consumidoras de distinguir esforços efetivos de redução de impactos ao longo das cadeias de produção e consumo, ou seja, a prática afeta suas decisões de consumo.

155. O novo Anexo introduz uma seção específica sobre alegações socioambientais relacionadas ao clima, reconhecendo a complexidade técnica do tema e o limitado domínio do público sobre ele. Nessa linha, determina que toda publicidade que faça alegações de limitação ou redução de emissões de GEE deve ser qualificada, indicando de forma clara: *a) a base da alegação; b) a modalidade de ação, especificando se se trata de redução efetiva, remoção de carbono ou compensação; e c) as etapas do ciclo de vida do produto ou atividade abrangidas pela alegação, caso não envolva o ciclo completo.*

156. Além disso, o CONAR estimula que as empresas disponibilizem canais para prover tais informações aos consumidores e destaca que essas alegações devem ser bem fundamentadas e deixar evidente como contribuem positivamente para o clima, conforme trechos abaixo:

9.1.2. As alegações deverão estar **fundadas em comprovação confiável**, que poderão abranger o **inventário e cálculo das emissões, das reduções de emissões, remoções e compensação, baseado em metodologia reconhecida** e, quando exigido por lei, certificada por organismos competentes.

9.1.3. As alegações compreendidas no presente item devem esclarecer se e em que medida há efetiva redução das emissões próprias ou se as alegações se baseiam em ações de compensação, a fim de evitar a compreensão equivocada de que os produtos e/ou

³⁹ As decisões podem ser acessadas no banco de dados disponível pelo próprio CONAR (www.conar.org.br), com o elemento "sustentabilidade" no campo de pesquisas, destacando-se as seguintes representações: 265/21, 163/22, 263/16, 138/21, 269/16 e 330/09.

seus respectivos processos de fabricação não geram emissões ou geram emissões irrisórias⁴⁰.

157. Tais parâmetros reforçam que a publicidade ambiental veiculada pela Requerida, ao empregar termos absolutos como “voos neutralizados” e “compensação de 100% das emissões”, sem apresentar comprovação técnica, metodologia reconhecida ou identificação dos créditos efetivamente utilizados, mostra-se em desacordo com as diretrizes éticas e legais atualmente vigentes, indicando prática de *greenwashing*.

158. No campo internacional, decisões recentes reforçam a crescente intolerância regulatória com esse tipo de prática. A *Advertising Standards Authority* (ASA), autoridade britânica de regulação publicitária, tem reiteradamente proibido anúncios que induzem o público a erro quanto à real contribuição de empresas para a transição energética.

159. Em 2023, por exemplo, a ASA considerou enganosos os anúncios da Equinor⁴¹, por omitirem a proporção dominante de suas atividades ainda baseadas em petróleo e gás e da Air France⁴², por apresentarem promessas absolutas de sustentabilidade sem respaldo técnico. Também foram reprimidas as alegações de “zero emissões” feitas pela BMW⁴³ e de “neutralidade de carbono” pela varejista Charles Tyrwhitt⁴⁴, por ausência de informações que esclarecessem os limites e bases técnicas dessas afirmações.

⁴⁰ Fonte: http://www.conar.org.br/pdf/271025_artogo36_anexo_u_v6.pdf. Acesso em: 12 nov. 2025.

⁴¹ Como visto em: <https://www.asa.org.uk/rulings/equinor-asa-a23-1204534-equinor-asa.html> e [ASA Ruling on Equinor ASA - The Climate Litigation Database](https://www.asa.org.uk/rulings/equinor-asa-a23-1204534-equinor-asa.html). Acesso em: 07 nov. 2025.

⁴² Como visto em: <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-air-france-klm/> e <https://www.asa.org.uk/rulings/air-france-klm-a23-1206006-air-france-klm.html>. Acesso em: 07 nov. 2025. A respeito de outros casos envolvendo empresas de aviação no Reino Unido: <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-lufthansa-complaint-no2-in-2023/>; <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-lufthansa-complaint-no2-in-2023/>; <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-etihad-airways-complaint-no2-in-2023/>. Acesso em: 07 nov. 2025.

⁴³ Como visto em: <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-bmw-uk-ltd/> e <https://www.asa.org.uk/rulings/bmw-uk-ltd-a23-1209400-bmw-uk-ltd.html>. Acesso em: 07 nov. 2025. Outro caso interessante pode ser visto em: <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-mg-motor-uk-ltd/>. Acesso em: 07 nov. 2025.

⁴⁴ Como visto em: <https://climatecasechart.com/non-us-case/asa-ruling-on-charles-tyrwhitt-shirts-ltd/> e <https://www.asa.org.uk/rulings/charles-tyrwhitt-shirts-ltd-a23-1210029-charles-tyrwhitt-shirts-ltd.html>. Acesso em: 07 nov. 2025.

160. Já nos Estados Unidos, a *Federal Trade Commission* (FTC) emitiu os *Green Guides*⁴⁵, que estabelecem parâmetros técnicos e legais para prevenir alegações ambientais vagas, imprecisas ou sem fundamentação verificável.

161. A União Europeia avança na mesma direção com a Diretiva (UE) 2024/825 sobre Capacitação dos Consumidores para a Transição Verde⁴⁶ exigindo que qualquer alegação ambiental em produtos ou serviços seja respaldada por comprovação científica, auditorias externas e critérios padronizados, sob pena de sanções e obrigação de reparação. É importante destacar que a União Europeia já define como prática comercial enganosa aquela que omite uma informação substancial que, atendendo ao contexto, seja necessária para que o consumidor médio possa tomar uma decisão de transação esclarecida, e, portanto, conduza ou seja suscetível de conduzir o consumidor médio a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo.

162. Ainda no contexto europeu, merece destaque a decisão do Tribunal Judicial de Paris, publicada em 23 de outubro de 2025⁴⁷, em ação ajuizada pelas organizações Greenpeace France, Les Amis de la Terre France e Notre Affaire à Tous, contra a multinacional francesa de petróleo e gás TotalEnergies. As organizações alegaram que, ao promover sua mudança de nome de "Total" para "TotalEnergies", o grupo conduziu uma ampla campanha publicitária baseada em alegações enganosas sobre sua **"ambição de neutralidade carbônica até 2050"** e sobre seu suposto papel de **"ator principal na transição energética"**, incorrendo, portanto, em *greenwashing*.

163. O Tribunal considerou que essas afirmações configuram prática comercial enganosa, pois a empresa utilizou um discurso ambiental para projetar uma imagem de compromisso com as metas do Acordo de Paris, enquanto sua estratégia empresarial continuava a prever o aumento da produção de energia proveniente de fontes fósseis e a abertura de novos projetos de exploração petrolífera e gasífera, medidas incompatíveis com as recomendações científicas para limitar o aquecimento global a 1,5°C. Assim, entendeu-se que a TotalEnergies induziu os consumidores a erro ao fazê-los acreditar que o consumo de seus produtos contribuiria para uma economia de baixo carbono, quando, na realidade, suas práticas ampliavam as emissões de gases de efeito estufa.

⁴⁵ Como visto em: <https://www.ftc.gov/news-events/topics/truth-advertising/green-guides>. Acesso em: 07 nov. 2025.

⁴⁶ Como visto em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj>. Acesso em: 17 out 2025.

⁴⁷ Disponível em: https://notreaffaireatous.org/wp-content/uploads/2025/10/Decision-Total-Greenwashing.pdf?utm_source=brevo&utm_campaign=CP%20%20Dcision%20Total%20GW&utm_medium=email. Acesso em: 27 out 2025.

164. A empresa foi condenada a cessar a divulgação da campanha, publicar a decisão em seus sites e redes sociais e pagar indenização por danos morais. O caso representa um marco jurídico global na proteção dos consumidores contra o greenwashing, por ser a primeira condenação mundial de uma grande petroleira por publicidade ambiental enganosa – reconhecendo o impacto da desinformação climática na perpetuação de práticas que retardam a ação climática efetiva.

165. De modo convergente, importantes manifestações também têm sido exaradas por Cortes Internacionais sobre o tema. A Corte Internacional de Justiça (CIJ)⁴⁸, em opinião consultiva emitida em resposta à Resolução 77/276 (2023) da Assembleia Geral das Nações Unidas, a qual solicitou esclarecimentos acerca das obrigações dos Estados na proteção do sistema climático global e das consequências jurídicas decorrentes do descumprimento dessas obrigações, destacou o dever dos países de adotar medidas de mitigação das emissões de GEE e de adaptação às mudanças climáticas.

166. Entre as obrigações mencionadas pela Corte, estão a de elaborar, comunicar e manter as Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDCs, na sigla em inglês) progressivas, com o mais alto nível de ambição possível, e de implementar ações eficazes para alcançar os objetivos nelas estabelecidos.

167. A Corte Interamericana de Direitos Humanos, por sua vez, em resposta a pedido de parecer consultivo apresentado pelo Chile e a Colômbia, emitiu a Opinião Consultiva nº 32/2025⁴⁹, na qual respondeu à indagação dos dois Estados sobre como enfrentar a emergência climática sob uma abordagem de direitos humanos. A Corte reconheceu que os países têm a obrigação de responder à emergência climática, por se tratar também de uma questão de direitos humanos, e afirmou que o acesso à informação ambiental constitui um direito essencial. Assim, os Estados devem produzir, sistematizar e divulgar informações climáticas baseadas em evidências científicas, de forma clara e acessível, garantindo tanto a transparência ativa quanto a passiva.

⁴⁸ Disponível em: <https://icj-cij.org/sites/default/files/case-related/187/187-20250723-adv-01-00-en.pdf>. Acesso em: 15 out 2025.

⁴⁹ Disponível em: https://jurisprudencia.corteidh.or.cr/pt_br/vid/1084981967. Acesso em: 15 out 2025.

168. Além disso, ao reconhecer que a desinformação climática afeta diretamente os direitos à vida, à saúde e a um meio ambiente saudável, a Corte definiu que os Estados estão obrigados a adotar medidas adequadas para assegurar a integridade da informação pública, prevenindo e combatendo a disseminação de informações falsas ou distorcidas sobre a crise climática, de modo a garantir o acesso à informação e proteger direitos.

169. Dessa forma, considerando a obrigação estatal de combater a desinformação e de regular e fiscalizar atividades empresariais com impacto ambiental, é igualmente dever do Estado prevenir e sancionar a prática do *greenwashing*, compreendida pela Corte como forma de desinformação socioambiental por meio da qual empresas ou entidades buscam aparentar compromisso ambiental sem adotar medidas concretas e efetivas em prol do meio ambiente. Por fim, a Corte ressaltou que o acesso a informações verídicas e confiáveis no contexto da crise climática requer o comprometimento conjunto dos Estados e dos atores privados na prevenção e no combate à desinformação.

170. No âmbito nacional, o STF, ao julgar a Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 708, que tratou da omissão da União na operacionalização do Fundo Nacional sobre Mudança do Clima nos anos de 2019 e 2020, firmou relevante entendimento acerca do dever estatal de enfrentamento da emergência climática. A Corte Constitucional reconheceu que tal dever decorre da Constituição Federal, dos tratados internacionais ratificados pelo Brasil e da legislação infraconstitucional.

171. No voto proferido nessa ADPF, o Ministro Edson Fachin ressaltou a importância da experiência das cortes internacionais no tratamento da matéria, destacando que o dever de ação diante da crise climática também alcança o Poder Judiciário:

Ademais, a existência de uma relação inegável entre a proteção do meio ambiente e a efetivação de outros direitos humanos, bem como o impacto da degradação ambiental e dos efeitos adversos das mudanças climáticas na fruição de direitos humanos já foram reconhecidas pela Corte Interamericana de Direitos Humanos no Caso *Kawas Fernández Vs. Honduras*, sentença de 3 de abril de 2009.

Como se pode haurir da experiência internacional, também o Poder Judiciário deve responder à emergência climática. É uma questão crucial, diante da qual todas as outras perdem importância, porque sem mitigar os danos ambientais, produto do

aquecimento global provocado pela emissão de combustíveis fósseis, não há possibilidade de vida humana no planeta.⁵⁰

172. Ademais, a proteção contra a publicidade ambiental enganosa já foi objeto de apreciação pelo STF. No Mandado de Injunção nº 4766/DF, o impetrante alegou suposta omissão legislativa quanto à regulamentação da proteção contra o *greenwashing*. Em decisão monocrática, o Ministro Gilmar Mendes negou provimento ao pedido, sob o fundamento de que **a Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) já constitui norma federal apta a assegurar "o exercício dos direitos de proteção à propaganda comercial, seja ela ambiental ou de qualquer outra natureza"**⁵¹, inexistindo, portanto, omissão legislativa sobre a matéria.

173. Nesse mesmo sentido, o STJ tem firmado paradigmáticos entendimentos no campo ambiental e consumerista, os quais orientam a interpretação quanto à proteção do consumidor frente à publicidade socioambiental enganosa ou abusiva, reforçando o dever de transparência e veracidade nas práticas empresariais de comunicação.

174. O Tribunal da Cidadania reconhece que o direito de acesso à informação ambiental configura-se como direito fundamental no Brasil, derivado tanto da legislação nacional quanto de compromissos internacionais assumidos pelo país. Esse direito se manifesta de forma ampla, compreendendo não apenas a obrigação do Estado de divulgar informações ambientais de forma proativa, mas também o direito do cidadão de acessar informações específicas ou solicitar a produção de dados ainda não disponíveis. Além disso, o entendimento da Corte reforça que qualquer restrição à divulgação deve ser devidamente justificada, estando sujeita a controle judicial. Vejamos:

PROCESSUAL CIVIL. ADMINISTRATIVO. INCIDENTE DE ASSUNÇÃO DE COMPETÊNCIA (IAC N. 13/STJ). AMBIENTAL. ESTADO DE DIREITO AMBIENTAL. DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO AMBIENTAL. VÍCIO DE FUNDAMENTAÇÃO. INEXISTÊNCIA. PRINCÍPIO 10 DA DECLARAÇÃO DO RIO. PRINCÍPIO DA MÁXIMA DIVULGAÇÃO. PRINCÍPIO FAVOR INFORMARE. ACORDO DE ESCAZÚ. CONVENÇÃO DE AARHUS. LEGISLAÇÃO INTERNA POSITIVADA. CONVERGÊNCIA. ARTS. 2º DA LEI N. 10.650/2003, 8º DA LEI N. 12.527/2011 (LAI) E 9º DA LEI N. 6.938/1981 (POLÍTICA NACIONAL DO MEIO AMBIENTE - PNMA). TRANSPARÊNCIA AMBIENTAL ATIVA. DEVER ESTATAL DE INFORMAR E PRODUZIR INFORMAÇÃO AMBIENTAL. PRESUNÇÃO RELATIVA. DISCRICIONARIEDADE ADMINISTRATIVA. INEXISTÊNCIA.

⁵⁰ ADPF 708, Relator(a): ROBERTO BARROSO, Tribunal Pleno, julgado em 04-07-2022, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-194 DIVULG 27-09-2022 PUBLIC 28-09-2022.

⁵¹ MI n.º 4.766/DF. Relator: Min. Gilmar Mendes. Julgado em 4 mar. 2013.

NECESSIDADE DE MOTIVAÇÃO ADEQUADA DA NEGATIVA. CONTROLE JUDICIAL DO ATO ADMINISTRATIVO. CABIMENTO. ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL (APA). PLANO DE MANEJO. PUBLICAÇÃO PERIÓDICA DE RELATÓRIOS DE EXECUÇÃO. PORTAL DE INTERNET. AVERBAÇÃO NO REGISTRO DE IMÓVEIS RURAIS. PREVISÃO LEGAL.

[...] 2. O direito de acesso à informação ambiental encontra-se reconhecido no direito internacional, em diversas normas que visam dar cumprimento ao Princípio 10 da Declaração do Rio. No âmbito da América Latina e Caribe, o Acordo de Escazú dispõe sobre a matéria. Embora não internalizado, pendente de ratificação, o direito nacional reflete princípios semelhantes por todo o ordenamento, desde o nível constitucional, que se espalham em variadas leis federais. 3. O direito de acesso à informação configura-se em dupla vertente: direito do particular de ter acesso a informações públicas requeridas (transparência passiva) e dever estatal de dar publicidade às informações públicas que detém (transparência ativa). Atua, ademais, em função do direito de participação social na coisa pública, inerente às democracias, embora constitua-se simultaneamente como direito autônomo. 4. No regime de transparência brasileiro, vige o Princípio da Máxima Divulgação: a publicidade é regra, e o sigilo, exceção, sem subterfúgios, anacronismos jurídicos ou meias-medidas. É dever do Estado demonstrar razões consistentes para negar a publicidade ativa e ainda mais fortes para rejeitar o atendimento ao dever de transparência passiva.

[...] 8. No âmbito da transparência ambiental, o ordenamento brasileiro intensifica ainda mais o dever do Estado, impondo inclusive a produção da informação ambiental, e não apenas a divulgação daquelas de que dispõem (transparência reativa). É certo que a previsão deve ser interpretada moderadamente, sendo de se ponderar os pedidos de produção da informação não disponível com outros aspectos da gestão pública. A presunção do dever de produzir a informação ambiental é relativa, podendo ser, mediante justificação expressa e razoável, afastada pela Administração, sujeita tal decisão ao crivo judicial. 9. No caso concreto, não se vislumbra razoável a inexistência de relatórios de execução do Plano de Manejo da Área de Proteção Ambiental (APA) do Lajeado. Se não existem, devem ser produzidos, à luz da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei n. 6.938/1981, art. 9º, XI). Produzidos, devem ser ativamente publicados pela municipalidade, em seu portal de internet (LAI - Lei n. 12.527/2011, art. 8º, § 2º).

[...] 13. Em suma, o ainda incipiente Estado de Direito Ambiental, também dito Estado Ecológico de Direito ou Estado Socioambiental de Direito (Environmental Rule of Law), brasileiro contempla dentre as medidas de transparência ambiental, entre outras: i) o dever estatal de produzir relatórios de execução de projetos ambientais, como os Planos de Manejo de APAs; ii) o dever estatal de publicar tais relatórios na internet, com periodicidade adequada; e iii) a averbação das APAs nos registros de imóveis rurais, mediante requerimento direto do Ministério Público aos órgãos. 14. Fixam-se as seguintes teses vinculantes neste IAC: Tese A) O direito de acesso à informação no Direito Ambiental brasileiro compreende: i)

o dever de publicação, na internet, dos documentos ambientais detidos pela Administração não sujeitos a sigilo (transparência ativa); ii) o direito de qualquer pessoa e entidade de requerer acesso a informações ambientais específicas não publicadas (transparência passiva); e iii) direito a requerer a produção de informação ambiental não disponível para a Administração (transparência reativa); Tese B) Presume-se a obrigação do Estado em favor da transparência ambiental, sendo ônus da Administração justificar seu descumprimento, sempre sujeita a controle judicial, nos seguintes termos: i) na transparência ativa, demonstrando razões administrativas adequadas para a opção de não publicar; ii) na transparência passiva, de enquadramento da informação nas razões legais e taxativas de sigilo; e iii) na transparência ambiental reativa, da irrazoabilidade da pretensão de produção da informação inexistente; Tese C) O regime registral brasileiro admite a averbação de informações facultativas sobre o imóvel, de interesse público, inclusive as ambientais; Tese D) O Ministério Público pode requisitar diretamente ao oficial de registro competente a averbação de informações alusivas a suas funções institucionais.[...] (REsp n. 1.857.098/MS, relator Ministro Og Fernandes, Primeira Seção, julgado em 11/5/2022, DJe de 24/5/2022)

175. Embora originalmente aplicado à Administração Pública, esse entendimento pode ser transposto para o contexto das relações de consumo, em que se observa expressiva assimetria informacional entre fornecedores e consumidores. Nesse cenário, o STJ reafirma que o consumidor tem direito a informações claras, precisas e adequadas, conforme previsto nos artigos 6º, III, e 31 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), fortalecendo a exigência de transparência e boa-fé nas práticas comerciais que envolvam apelos socioambientais⁵².

176. Ademais, no julgamento do REsp 586.316/MG⁵³, o Tribunal da Cidadania analisou o dever de informação ao consumidor em relação à

⁵² Verificar: REsp n. 1.540.580/DF, relator Ministro Lázaro Guimarães (Desembargador Convocado do TRF 5ª REGIÃO), relator para acórdão Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 2/8/2018, DJe de 4/9/2018; REsp n. 586.316/MG, relator Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 17/4/2007, DJe de 19/3/2009; REsp n. 1.144.840/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 20/3/2012, DJe de 11/4/2012.

⁵³ (...) 4. **O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor**, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obstem o progresso tecnológico, a circulação dos bens de consumo e a própria lucratividade dos negócios. 5. **O direito à informação, abrigado expressamente pelo art. 5º, XIV, da Constituição Federal, é uma das formas de expressão concreta do Princípio da Transparência, sendo também corolário do Princípio da Boa-fé Objetiva e do Princípio da Confiança, todos abraçados pelo CDC.** 6. No âmbito da proteção à vida e saúde do consumidor, o direito à informação é manifestação autônoma da obrigação de segurança. 7. **Entre os direitos básicos do consumidor, previstos no CDC, inclui-se exatamente a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação**

publicidade de alimentos que contêm glúten, especialmente para pessoas com doença celíaca. A controvérsia central consistiu em definir se a expressão “contém glúten” nos rótulos era suficiente para cumprir o dever de informação previsto no CDC, ou se seria necessária uma advertência mais clara e completa. **Ao afirmar que o direito à informação é um direito básico do consumidor e expressão do princípio da transparência, o STJ destacou o dever dos fornecedores de advertir sobre os riscos do glúten aos celíacos.**

177. Não obstante o referido julgado trate da publicidade de alimentos, ele oferece parâmetros para a reflexão sobre os direitos do consumidor à informação, à transparência, à boa-fé nas relações de consumo e à proteção contra publicidade enganosa ou abusiva. Entre as diversas práticas que caracterizam o *greenwashing*, destaca-se justamente a falta de informações claras e precisas, frequentemente acompanhada por exageros, afirmações genéricas, irrelevantes ou impossíveis de verificar, uso de dados falsos ou distorcidos, linguagem técnica incompreensível e alegações vagas que visam construir uma imagem de sustentabilidade sem correspondência com a realidade⁵⁴.

178. Diante desse quadro, que compromete simultaneamente os direitos das pessoas consumidoras e a efetividade das ações de enfrentamento à

correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (art. 6º, III). 8. Informação adequada, nos termos do art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa, gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor. 9. Nas práticas comerciais, instrumento que por excelência viabiliza a circulação de bens de consumo, a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem **assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores** (art. 31 do CDC). 10. **A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa.** 11. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço). 12. A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do caveat emptor como a subinformação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão. (...) (REsp n. 586.316/MG, relator Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 17/4/2007, DJe de 19/3/2009.)

⁵⁴ PAGOTTO, Érico Luciano. Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental. Dissertação (Mestrado em Ciências). Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 77, 2013.

emergência climática, **cabe também ao Poder Judiciário, como bem pontuou o Ministro Edson Fachin no voto proferido na ADPF 708, exercer o seu dever constitucional de agir na proteção do meio ambiente e de assegurar a efetividade dos direitos do consumidor.**

179. Nesse sentido, merece destaque notável julgado que versa sobre a desinformação em matéria ambiental. Trata-se da Ação Civil Pública nº 1023835-46.2021.4.01.3800, ajuizada contra a Fundação Renova, Samarco Mineração S.A., Vale S.A. e BHP Billiton Brasil Ltda, que discute a falha da Fundação Renova no cumprimento do dever de informação e transparência após o desastre da barragem de Fundão, ocorrido em Mariana/MG, em 2015. A ação apontou o uso da comunicação institucional da fundação para promover uma verdadeira “campanha orquestrada de desinformação”.

180. Conquanto o feito ainda se encontre em primeira instância, apresenta notória relevância e ineditismo no Poder Judiciário brasileiro. Os autores da ação – MPF, MPMG, DPU e Defensorias Públicas dos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo – sustentaram que as campanhas publicitárias da Fundação Renova não tinham por objetivo informar os atingidos pelo desastre, mas promover a imagem da Fundação e de suas mantenedoras, mediante publicidade enganosa e abusiva.

181. O Juízo de primeiro grau, ao reconhecer a gravidade da conduta, destacou que **“o judiciário não pode tolerar que uma fundação, fruto de um acordo homologado judicialmente, seja utilizada para greenwashing”**⁵⁵. Adotando uma concepção ampla de desinformação, o magistrado observou que esta se manifestava tanto na seletividade das informações fornecidas às vítimas quanto na insuficiência e omissão de dados relevantes, além do uso unilateral de estudos favoráveis às empresas para sustentar alegações de inexistência de riscos à saúde humana.

182. Destaca-se, ainda, o seguinte trecho da decisão, que trata do direito à informação:

O direito à informação decorre de um dos princípios básicos do Direito Ambiental, como exposto acima. **Ao expor informações fora de contexto, parciais ou incorretas, de modo unilateral, a Renova realizou uma campanha de desinformação, com prejuízos à coletividade e à condução do processo de reparação.** A conduta se mostra mais censurável, porque se vê claramente a tentativa de criação de uma narrativa para influenciar a opinião pública⁵⁶.

⁵⁵ ACP nº 1023835-46.2021.4.01.3800. Justiça Federal da 6ª Região. Sentença proferida em 22 jul 2024.

⁵⁶ Ibidem.

183. Tais precedentes reforçam a compreensão de que o *greenwashing* não é apenas uma falha ética, mas uma infração jurídica dotada de gravidade suficiente para ensejar responsabilização civil e regulação preventiva. A exigência de base técnica rigorosa, mecanismos de rastreabilidade e clareza na linguagem publicitária é condição mínima para que a comunicação não se converta em mecanismo de manipulação reputacional.

184. Conforme se verificará nos tópicos a seguir, a conduta da GOL se amolda integralmente ao padrão típico de *greenwashing*.

VIII. AS EVIDÊNCIAS DO GREENWASHING ENVOLVENDO O PROGRAMA MEU VOO COMPENSA DA GOL

185. Os elementos que evidenciam tais violações se materializam, sobretudo, nos seguintes aspectos, de acordo com as respostas ofertadas pela ré na interpelação judicial:

A) Os problemas na oferta e apresentação do Meu Voo Compensa:

186. Destarte, conforme pode-se verificar das imagens compreendidas entre os parágrafos 16 a 19 desta inicial, o programa Meu Voo Compensa da requerida apenas retrata uma premissa de neutralizar o voo do passageiro a partir de créditos de carbono, de modo que o ato do consumidor seria suficiente para compensar a sua viagem.

187. No entanto, não havia mais explicações como todo esse processo ocorria. Pelo contrário, o consumidor não saía com as informações claras e adequadas de quais seriam os benefícios ambientais efetivos, a ponto de poder ter a certeza de que aquela operação realmente era benéfica ao meio ambiente.

188. Além disso, na própria resposta de número 6 da contestação apresentada pela Gol, na interpelação judicial, em fls. 286, a requerida informa que as condições gerais de contratação do programa Meu VooCompensa sempre foram apresentadas de forma clara e acessível ao consumidor. Como a adesão ao programa é uma operação simples, o próprio layout, no momento da compra já instruíu o consumidor sobre os termos e condições, conforme os prints anexados. (Doc. 9 – Prints de Operação de Compensação de Carbono).

189. É possível perceber, pelos próprios prints que anexaram, que não havia informação clara ao consumidor de como era calculada a emissão de carbono por passageiro, por exemplo.



almente por LEONARDO DA COSTA CARVALHO, protocolado em 14/03/2025 às 22:34, sob o número WJML-
sp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do, informe o processo 1007633-65.2025.8.26.0100 e cõx

LEONARDO DA COSTA CARVALHO, protocolado em 14/03/2025 às 22:34, sob o
tadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do, informe o processo 1007633-65.2025.8

192. Trata-se, portanto, de conduta que compromete a veracidade da oferta (**art. 30, CDC**), viola o dever de clareza, precisão e ostensividade da informação (**art. 31, CDC**) e frustra a legítima confiança do consumidor, especialmente em se tratando de serviço ambiental sensível, cuja credibilidade depende de rigor técnico, verificabilidade e transparência — elementos totalmente ausentes na documentação apresentada pela ré.

B) Ausência de informação sobre os projetos beneficiados

193. Embora a GOL cite três projetos (Florestal Santa Maria, Agro cortex e Fortaleza Ituxi), não há qualquer vinculação entre as compras realizadas pelos consumidores e os créditos oriundos desses projetos. O consumidor não possuía acesso a essa informação no momento da compra - não sabia qual projeto seria beneficiado com sua contribuição - e, nem mesmo os certificados posteriores apontavam o projeto efetivamente financiado, impedindo qualquer controle social ou validação da alegada neutralização climática.

194. A própria GOL, em sede de contestação (fls. 269-272 da interpelação judicial), traz certificados para ilustrar suas abordagens e, observando-os, é possível perceber que o nome do projeto beneficiado sequer aparece neles. Vejamos:



#MeuVoo
Compensa

GOL + MOSS

A MOSS certifica que as pegadas de carbono de **Adriana Direne Chaia** referentes aos trechos entre São Paulo - São Luís (Ida e volta), foram compensadas.

Detalhes da neutralização

Projeto
#MeuVooCompensa

Créditos de Carbono
0.43988

Todos os créditos neutralizados
são certificados pela VCS:



Luis Felipe Adaime
CEO e fundador da MOSS

Saiba mais em voegol.com.br





Parabéns, Manaus!

A MOSS certifica que a sua pegada de carbono do trecho voador São Paulo (GRU) - Manaus (MAO), no dia 24/10/2021, foi compensada em comemoração aos 352 anos da capital do Amazonas.

Detalhes da neutralização

Projeto

#MeuVooCompensa

Créditos de carbono

0,25

Todos os créditos neutralizados/aposentados são certificados e seguem os protocolos VCS:



MeuVoo Compensa



Luis Felipe Adaime
CEO e fundador da MOSS

GOL + MOSS



Certificado de Neutralização

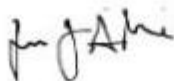
A MOSS certifica que **158,5 MCO2** foram aposentados no dia 11/04/2022 em nome de:

Gol

Detalhes da neutralização	
Projetos parceiros	Quantidade de MCO2
Agrocortex Fortaleza Ituxi Florestal Santa Maria Madre de Dios Amazon	158,5

1 MCO2 equivale a um crédito de carbono.

Todos os créditos neutralizados/aposentados são certificados e seguem o protocolo VCS:

Luis Felipe Adaime
CEO e fundador da MOSS

195. Nos três primeiros certificados, é possível perceber que o único projeto mencionado é o "Meu Voo Compensa", ou seja, não é realizada menção aos projetos ambientais beneficiados. No último certificado, apesar de elencarem os projetos ambientais, o consumidor continua sem saber para qual desses projetos aquele valor que está arcando está sendo destinado.

196. Não há especificação do nome de um projeto ambiental individualizado. Assim, não há transparência por parte da GOL sobre para qual dos três projetos específicos a compensação de carbono de cada passageiro era destinada.

197. Bem como não há detalhes acessíveis sobre métodos e critérios empregados para calcular as emissões compensadas ou o valor cobrado dos passageiros.

198. Diante do exposto, a ausência de informação sobre os projetos beneficiados, a inexistência de detalhamento sobre critérios de cálculo e destinação dos créditos de carbono, demonstram que os consumidores foram impedidos de exercer controle sobre a efetividade ambiental do programa 'Meu Voo Compensa'.

199. Tais condutas **violam** os direitos básicos do consumidor, como o **dever de transparência e a vedação de práticas comerciais enganosas**, conforme previsto no Código de Defesa do Consumidor e nos **princípios da proteção do meio ambiente (Art. 225, CRFB/88) e da livre escolha do consumidor, de modo que a publicidade tal como ofertada ao consumidor final é enganosa, nos termos do art. 37, §1º, CDC, tratando-se de maneira evidente de greenwashing.**

C) Irregularidades e riscos associados à Moss Earth – Tokenização ilegal de créditos de carbono já aposentados e/ou sem benefício ambiental comprovável:

200. A própria GOL reconhece que adquiriu créditos de carbono por meio da empresa Moss, que intermediava projetos posteriormente vinculados à Operação *Greenwashing* realizada pela Polícia Federal. Um dos projetos mencionados — Fortaleza Ituxi — é diretamente citado nas investigações como potencial foco de fraude fundiária e emissão irregular de créditos.

201. A Gol afirmou, em sede de contestação na interpelação judicial aqui já citada - fls. 290 -, que, após tomar conhecimento dos fatos investigados na Operação *Greenwashing*, logo solicitou esclarecimentos à Moss, por meio da notificação extrajudicial, encaminhada em 10.06.2024.

202. Em resposta à notificação da Gol, a Moss admite ter intermediado créditos de carbono de projetos diretamente envolvidos na operação *Greenwashing*, como o Fortaleza Ituxi. No entanto, alega que: - os créditos eram de safras 2013-2019; - os projetos teriam sido auditados; - não possui vínculo com o grupo Ituxi, mas atuava como intermediadora dos créditos desses projetos.

203. Tal fato já era de conhecimento do Instituto autor ao tempo da interpelação judicial, uma vez que o fato fora noticiado pelo sítio eletrônico mongabay⁵⁷ ainda no ano de 2024. Confira-se o trecho específico da matéria:

⁵⁷ <https://brasil.mongabay.com/2024/05/grandes-marcas-compram-creditos-de-carbono-de-esquema-suspeito-de-esquentamento-de-madeira-na-amazonia/> - acessado em 12/11/2025



Retirada de madeira em Rondônia, com toras prontas para serem transportadas. Foto cedida por Vicente Sampaio/Imaflora.

Lucros milionários

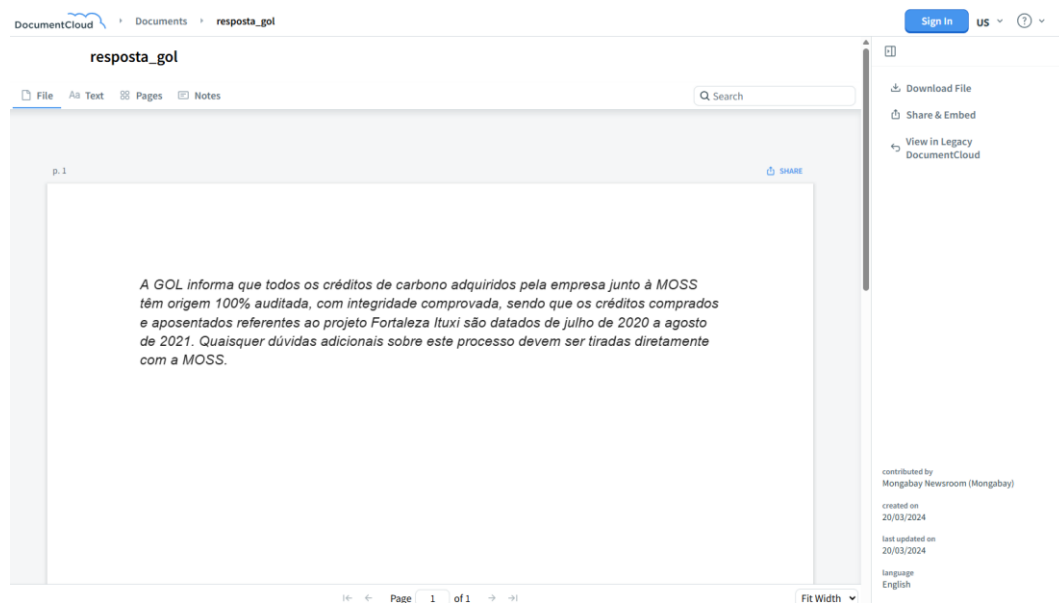
De acordo com documentos anexados a uma ação pública, Stoppe e seus sócios [havião ganhado mais de 80 milhões de reais](#) com créditos de carbono até 2020. Stoppe também assinou um contrato de opção de compra de [até 2,5 milhões de dólares](#) com um fundo de investimento dos Estados Unidos, em uma operação intermediada pela empresa brasileira [Moss](#), que se descreve como uma empresa de tecnologia financeira (*fintech*) ambiental que atua como corretora de créditos de carbono.

Entre 2022 e 2023, o projeto Fortaleza Ituxi vendeu mais de 1,2 milhão de créditos de carbono para empresas, [segundo a Verra](#). A principal cliente é a Moss, que vendeu parte desses créditos [para a companhia aérea GOL](#).

A Moss disse que todos os créditos foram comprados e vendidos antes da suposta irregularidade descoberta durante essa investigação (leia a íntegra da nota [aqui](#)). A GOL disse à Mongabay que todos os créditos de carbono que a empresa adquiriu da Moss são auditados (leia a íntegra da nota [aqui](#)).

Outras empresas brasileiras, como o aplicativo de entrega de comida iFood, o Itaú, um dos maiores bancos do país, e a empresa de vestuário Hering, estão entre os principais clientes do Fortaleza Ituxi. Os créditos também foram usados para compensar as emissões da gigante japonesa de eletrônicos Toshiba.

204. Ao consultar a resposta da Gol à matéria da mongabay⁵⁸, verifica-se que ela informa que adquiriu créditos de carbono do projeto Fortaleza Ituxi entre os anos de 2020 e 2021 e que todos os créditos foram aposentados. Em outras palavras, se foram aposentados não haveria mais a possibilidade de tais créditos gerarem tokens de crédito de carbono, sob pena de dupla contagem, uma vez que o benefício ambiental já havia sido recebido de maneira anterior, o que denota que qualquer repasse ao consumidor final dessa safra de créditos de carbono seria completamente ilegal.



⁵⁸ https://www.documentcloud.org/documents/24488339-resposta_gol/?responsive=1&title=1 - acessado em 12/11/2025

205. Ademais, os Projetos REDD e REDD+ tem sido alvo de muitas críticas por especialistas. Em resumo da **Nota Técnica do Ministério Público Federal, da Defensoria Pública da União e Defensoria Pública do Estado do Pará (DOC.11)**, afirma-se de forma categórica que os projetos REDD, também utilizados pela empresa Moss para vincular seus créditos de carbono, têm o potencial de não contribuírem de maneira efetiva com a mitigação dos danos ao clima e ao meio ambiente, assim como evidencia-se a falta de clareza das informações com que os projetos são realizados, bem como a maquiagem verde que esses projetos acabam sendo vinculados. Nesse sentido:

"(...)

1. **A questão climática é uma emergência, é grave e urgente:** o mundo vive uma emergência do clima que não pode ser adiada. Os cientistas avisam que precisamos parar de poluir (diminuir drasticamente a emissão de gases de efeito estufa) imediatamente. **A principal poluição provém da queima de combustíveis fósseis, como o petróleo.**
2. **O negócio do "credito de carbono" (REDD+):** o crédito de carbono é um sistema onde os grandes poluidores (empresas multinacionais por exemplo) pagam para "salvar" uma floresta em outro lugar (como por exemplo no chamado REDD+). Com esse pagamento, eles dizem que "compensaram" o que poluíram e podem continuar emitindo poluição. Isso funciona?
3. **O REDD é ineficaz:** especialistas dizem que a maioria desses projetos de carbono são "essencialmente inúteis". Eles não resolvem o problema do clima porque permitem que o poluidor continue poluindo.
4. **É fraude:** muitos créditos vendidos são "fantasmas," porque o cálculo de quanta floresta seria "salva" é exagerado e manipulado.
5. **É enganação ou maquiagem verde (greenwashing):** o sistema serve para muitas empresas e corporações fazerem propaganda enganosa de que são amigas da natureza, enquanto atrasam a solução de verdade.
6. **É colonialidade:** perpetua uma visão de mundo na qual os países do norte global, desenvolvidos, podem utilizar-se dos recursos naturais dos países do sul global, em geral ex-colônias, para manter um progresso econômico ilimitado, terceirizando as externalidades (impactos negativos) do sistema capitalista a outros territórios.
7. **É uma ameaça:** estudos mostram que os projetos de carbono têm criado uma frente de ameaças à segurança da terra e aos territórios tradicionais por meio da grilagem, intimidação e geração de conflitos internos entre os povos.
8. **O risco para os povos da floresta:** Os povos indígenas e comunidades tradicionais, como ribeirinhos, quilombolas e extrativistas, muitas vezes são os mais prejudicados.
9. **Falta de consulta:** a lei internacional (Convenção nº 169 da OIT) obriga que o governo e as empresas consultem os povos de forma livre, prévia, informada e de boa fé.
10. **Coação e engano:** na prática, muitos povos não são informados de verdade sobre o que é o projeto, seus riscos e impactos pela sua longa duração (contratos de 20 a 50 anos ou até mais). Muitas vezes, assinam "um papel" em troca de algum benefício (como fogão, poço ou internet), sem saber que estão cedendo seus direitos sobre a floresta ou que podem até mesmo estar participando de projeto que vai piorar sua situação ou de seu território atual ou no futuro.

11. **Restrição de vida e influencia na territorialidade dos povos e comunidades tradicionais:** os projetos podem trazer restrições ao modo de vida tradicional, impedindo as pessoas de fazerem ou ampliarem roça ou usarem os recursos da floresta como sempre fizeram, perdendo ou diminuindo sua autonomia.
 12. **Prioridade real:** o foco deve ser a redução imediata da poluição e não a compensação.
 13. **Recursos diretos:** o dinheiro para proteção da floresta deve ser pago pelos grandes poluidores e deve ser entregue diretamente aos povos que cuidam do território, para que usem em projetos de conservação e produtos da sociobiodiversidade que eles mesmos definem. Também para ações governamentais de proteção das florestas e dos territórios, em articulação com os povos, de forma simples e transparente, no modelo do “poluiu-pagou” e não com cálculos complicados e pouco confiáveis.
 14. **Exigência de acesso pleno a informação:** toda a sociedade e, em especial os povos indígenas e comunidades tradicionais, precisa entender melhor do que se trata estes projetos, seus riscos, problemas, de modo a decidir se querem continuar usando ou priorizando um mecanismo que se demonstrou pouco confiável nos últimos 20 anos e que pode até mesmo piorar a emergência climática.
 15. **Esses projetos de compensação de carbono florestal podem inclusive violar a Constituição Federal** pois, se não funcionam para combater a emergência climática, então:
 - a) violam o artigo 225 da Constituição Federal, violam os direitos das atuais e futuras gerações a um meio ambiente ecologicamente equilibrado;
 - b) não beneficiam o clima, o meio ambiente, os povos e os territórios tradicionais;
 - c) **violam direitos dos consumidores que acreditam que as empresas e produtos que comprem tais créditos de carbono são sustentáveis e responsáveis com o meio ambiente, quando na verdade podem estar mantendo ou até mesmo piorando sua forma de atuar em relação à natureza;**
 - d) atrapalham com seu discurso o avanço de políticas realmente viáveis para a sociedade e para conter a emergência climática.
- (...)”.

206. Conforme se observa, a Nota Técnica do MPF, DPU e DPE/PA não deixa dúvidas dos sérios problemas envolvendo os Projetos REDD/REDD+, pela falta de benefício ambiental e climático imediato, garantindo que empresas, como a Gol, se beneficiem de uma publicidade ambiental, sem que tomem medidas sérias contra a poluição que sua atividade empresarial produz, o que corrobora a tese de *greenwashing* levantada nesta ação civil pública.

207. Para além dos problemas associados aos Projetos REDD/REDD+ que a Moss intermediava em benefício da Gol, de posse das informações da Interpelação Judicial, restou público e notório que o programa “Meu Voo Compensa” dependia integralmente da intermediação da empresa Moss Earth para que a operação ocorresse.

208. No entanto, o consumidor não tinha ciência prévia de que não estava a adquirir um crédito de carbono, mas na realidade a fração de um crédito de carbono representado por um ativo financeiro, um token, comercializado através da rede Ethereum de criptomoedas.

209. Isso, porque a Moss comercializa tokens digitais (como o denominado MCO2) supostamente lastreados em créditos de carbono certificados pelo padrão internacional Verra/VCS. Todavia, a estrutura técnica dessa operação revela uma série de **inconsistências graves**, tanto sob o ponto de vista ambiental quanto consumerista.

210. A fim de contextualizar, é importante destacar que a integridade ambiental de um crédito de carbono depende do ato de aposentadoria (*retirement*), mediante o qual o crédito é definitivamente consumido para fins de compensação e deixa de circular. Apenas após tal procedimento é possível afirmar que houve neutralização das emissões correspondentes.

211. No que diz respeito à tokenização dos créditos de carbono, conforme comunicado oficial da Verra⁵⁹ [entidade responsável pelo *Verified Carbon Standard (VCS)*, maior programa de certificação de créditos de carbono do mundo], publicado em 25 de novembro de 2021:

A Verra tomou conhecimento recentemente de atividades no mercado de criptomoedas, como transações com tokens gerados, cunhados ou facilitados de alguma forma por terceiros, que visam representar unidades de carbono verificadas (VCUs) canceladas ou aposentadas, emitidas no âmbito do Programa Verified Carbon Standard (VCS).

Sem emitir opinião sobre a natureza jurídica e a integridade ambiental associadas a essas atividades e símbolos, a Verra deseja enfatizar que:

- A Verra não administra essas atividades e tokens e, em qualquer caso, não assume qualquer responsabilidade por essas atividades e tokens;
- As entidades que se envolvem com essas atividades e tokens o fazem por sua própria conta e risco, são responsáveis por realizar sua própria diligência prévia e não podem recorrer à Verra para quaisquer assuntos relacionados a essas atividades e tokens;
- **Tokens que não foram licenciados ou autorizados de outra forma pela Verra não são verificados, endossados ou reconhecidos pela Verra como representativos ou equivalentes a VCUs ou a um benefício ambiental associado a VCUs.**

Neste contexto, a Verra relembra as disposições dos Termos de Uso do Registro Verra, incluindo as seguintes disposições aplicáveis em caso de cancelamento ou desativação de VCUs:

⁵⁹ Verra Statement on Crypto Market Activitie. Disponível em: <https://verra.org/statement-on-crypto/> Acesso em: 17 nov. 2025.

- Todos os títulos e interesses legais e benéficos em tais VCUs serão extintos e nem a Verra, o titular da conta, nem qualquer outra pessoa com direitos de propriedade legais ou benéficos terão quaisquer direitos adicionais para usufruir de tais VCUs ou dos benefícios ambientais subjacentes correspondentes a tais VCUs (seção 8.2);

- Para evitar dúvidas, a extinção do título e dos interesses legais e benéficos na VCU não impede o titular da conta (ou qualquer outra pessoa com direitos de propriedade legais ou benéficos em nome de quem a VCU é cancelada ou retirada) de fazer reclamações de compensação correspondentes à VCU cancelada ou retirada (seção 8.3);

- A Verra considera que nenhuma pessoa tem mais direitos de usufruir dos benefícios das VCUs canceladas ou desativadas ou dos benefícios ambientais subjacentes correspondentes a essas VCUs (seção 8.5). [...]

A Verra reconhece que há um número crescente de desenvolvimentos nos mercados de carbono, incluindo o estabelecimento de instrumentos relacionados, como tokens que representam atributos e ativos ambientais e têm o potencial de gerar valor climático e de desenvolvimento sustentável. A Verra pretende trabalhar com desenvolvedores de novos produtos e outros participantes do mercado para estabelecer caminhos transparentes, robustos e confiáveis para associar de forma responsável as Unidades de Crédito de Carbono (VCUs) a esses instrumentos (tradução livre).

212. Além disso, em 25 de maio de 2022, a Verra publicou outro comunicado oficial⁶⁰, reforçando os alertas realizados, em novembro de 2021, acerca da prática de tokenização de créditos de carbono por plataformas privadas, como a Moss. Vejamos:

[...] **A Verra, com efeito imediato, proibirá a prática de criação de instrumentos ou tokens baseados em créditos desativados, sob o entendimento de que o ato de desativação se refere ao consumo do benefício ambiental do crédito.** Este anúncio segue a declaração da Verra de 25 de novembro de 2021, que enfatizou que as entidades que se envolvem nessa atividade o fazem inteiramente por sua própria conta e risco.

Em vez disso, a Verra pretende explorar a possibilidade de "imobilizar" créditos em contas no Registro Verra para que possam ser tokenizados com a transparência e rastreabilidade exigidas pelos participantes do mercado, desde que isso possa ser feito de forma a prevenir fraudes e preservar a integridade ambiental.

Tendo em conta o exposto, a Verra anunciou a sua intenção de lançar uma consulta pública sobre este tema, com foco específico em:

⁶⁰ Verra Addresses Crypto Instruments and Token. Disponível em: <https://verra.org/verra-addresses-crypto-instruments-and-tokens/> Acesso em: 17 nov. 2025.

1. Que medidas facilitadoras devem ser implementadas para associar de forma responsável os instrumentos da Verra a instrumentos ou tokens criptográficos, tais como acordos de custódia ou de detentor de chaves?
2. Que verificações de "conheça seu cliente" (KYC) devem ser realizadas em emissores e/ou detentores de instrumentos ou tokens criptográficos?
3. Como os Termos de Uso do Registro Verra devem ser alterados;
4. Qual tabela de taxas, se houver, é apropriada para a Verra cobrar em relação a instrumentos e tokens criptográficos?

O lançamento da consulta será anunciado no site da Vera (www.verra.org). **(grifo nosso) (tradução livre)**

213. O comunicado deixa claro que **crédito desativado (aposentado) significa benefício ambiental já consumido**, tornando absolutamente inviável que qualquer token baseado nesse crédito represente compensação ambiental autêntica. Não há “segunda vida”, “revenda” ou nova compensação possível.

214. Assim, a Verra reiterou que tais tokens não possuem respaldo da certificadora, não equivalem a créditos válidos para compensação, representam atividade realizada sob risco exclusivo das empresas que os comercializam.

215. O comunicado de 2022 também indica que a Verra estudaria, futuramente, a possibilidade de tokenização somente de créditos “imobilizados” no Registro Verra, ou seja, créditos não aposentados, mantidos sob controle da certificadora e com total rastreabilidade. Não se trata, portanto, de autorização para tokens já existentes, mas de hipótese futura, dependente de consulta pública e mudanças regulatórias.

216. Ou seja, a própria Verra não reconhece tokens existentes como instrumentos de compensação ambiental, e tampouco há normatização final para a criação de tokens permitidos.

217. Na verdade, ao adotar modelo de tokenização, a empresa deveria adquirir crédito ativos (não aposentados), registrados na plataforma Verra, emitir tokens correspondentes e apenas realizar a aposentadoria do crédito no momento de compensação, claro que tudo isso em conformidade com as diretrizes da certificadora (que ainda não existem). Ocorre que foi reconhecido pela própria certificadora que diversas plataformas vinham, na prática, tokenizando créditos já aposentados, isto é, créditos cujo benefício ambiental havia sido integralmente consumido e que, portanto, não poderiam gerar qualquer neutralização adicional.

218. Nessas condições, o token deixa de representar um crédito válido e disponível para compensação e passa a constituir mera **réplica digital de um ativo ambiental extinto**, criando a aparência de um crédito circulante quando, na realidade, sua função climática já se encontra exaurida, **induzindo o consumidor a erro**. Tal operação resulta na emissão de instrumentos ambientais desprovidos de lastro, cuja utilização não é capaz de produzir neutralização real das emissões alegadas.

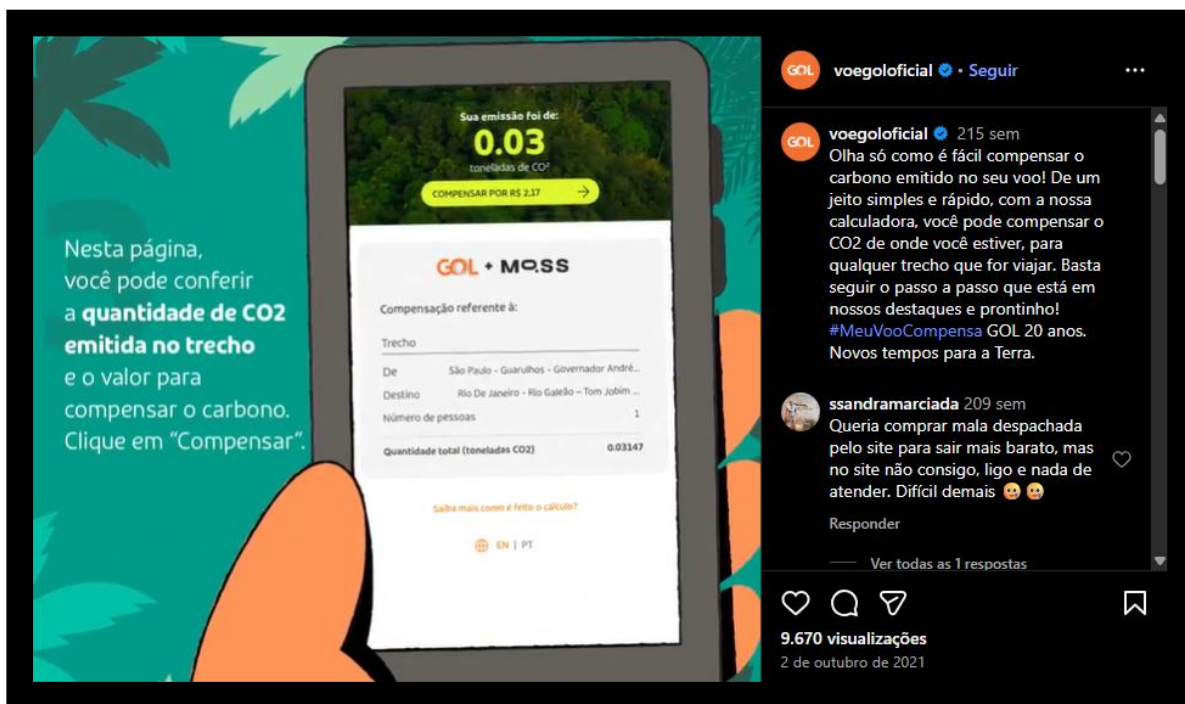
219. Em termos técnicos e jurídicos, muitos desses tokens **não representavam créditos de carbono ativos e válidos**, mas sim **VCUs já cancelados no registro da Verra**, ou seja, **créditos que já haviam cumprido sua função ambiental e não podiam mais ser revendidos** para compensação.

220. Na prática, as plataformas **“reviviam” créditos aposentados**, criando tokens correspondentes e revendendo-os, o que **distorcia a integridade ambiental e financeira** do sistema, pois **gerava nova circulação de um ativo que já havia sido utilizado**.

221. Em outros casos, as plataformas **mantinham parte do crédito “tokenizado” ativo**, sem efetivar a aposentadoria ou o cancelamento completo do VCU, o que **permitia o uso duplo ou parcial do mesmo crédito, contrariando os princípios de rastreabilidade e adicionalidade e consequentemente, tornando toda a operação ilegal**.

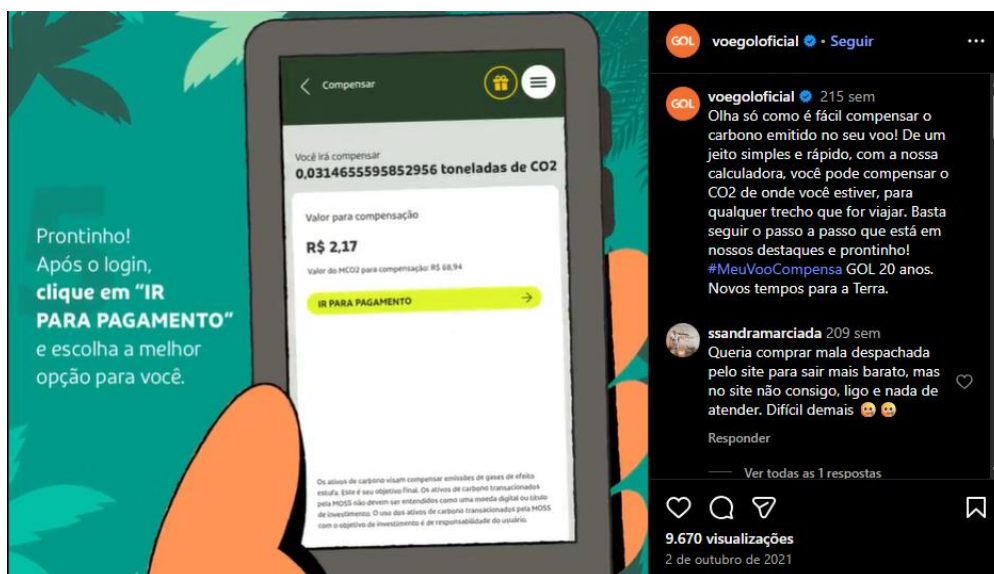
222. Prova dessa fragmentação ilegal de créditos de carbono através de tokens está em post do Instagram da Gol⁶¹, em que ela exemplifica sua calculadora do crédito de carbono para um trecho de voo de São Paulo para o Rio de Janeiro.

⁶¹https://www.instagram.com/p/CUhvOdrTs/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw== - acessado em 12/11/2025



223. Conforme se verifica, ao pegar um voo de São Paulo para o Rio de Janeiro, a pessoa consumidora emitiria algo em torno de 0,03 toneladas de carbono e pagaria R\$2,17 (dois reais e dezessete centavos) para compensar sua emissão de carbono no trecho.

224. No entanto, o referido valor não corresponde ao preço de um crédito de carbono, que à época era comercializado no mercado de criptomoedas à R\$68,94 (sessenta e oito reais e noventa e quatro centavos), já que a relação entre 1 token MCO2 da Moss era de 1 crédito de carbono.



225. Logo, a **pessoa consumidora não adquiria um token MCO2**, mas apenas parte dele. Ou seja, não adquiria um crédito de carbono completo, de maneira que aquele token somente seria consumido e aposentado em momento ulterior, quando terceiros também comprassem mais fragmentos do ativo, até se completar um token MCO2 que correspondia diretamente a 1 tonelada de CO2, ou a 1 crédito de carbono.

226. Em outras palavras, Excelência, não havia benefício ambiental imediato para esses consumidores que participaram do programa **Meu Voo Compensa**, por falta de aposentação do token no momento da transação. Eles foram lesados e enganados pela Gol, em claro *greenwashing*!

227. Não obstante, embora alegue que terminou a parceria com a Moss ainda em 2024, a **Gol continuou comercializando o programa "Meu Voo Compensa" até janeiro de 2025**, sustentando que a compensação estaria "certificada pela Verra", sem qualquer atualização de metodologia, auditoria, mesmo após a certificadora declarar que não reconhecia tais tokens, proibir a tokenização de créditos aposentados, alertar que empresas que o fizessem atuavam por sua própria conta e risco e afirmar ainda não possuir estrutura regulatória para qualquer token válido.

228. Embora os certificados apresentados pela GOL incluam QR Codes que direcionam a transações registradas em blockchain, tais registros se limitam a demonstrar a movimentação do token, **sem identificar o projeto ambiental de origem do crédito, sua data de emissão, tampouco o momento e a forma de sua aposentadoria**.

229. A ausência dessas informações essenciais impede a verificação da integridade ambiental da operação e impossibilita aferir a correspondência entre o valor pago pelo consumidor, o crédito supostamente adquirido e a efetiva compensação ambiental alegada, inviabilizando qualquer controle sobre adicionalidade, rastreabilidade e autenticidade dos créditos utilizados.

230. Essa conduta demonstra **grave violação dos deveres de transparência e boa-fé**, reforça o **risco de dupla contagem dos créditos de carbono**, e evidencia que a ré manteve oferta ambiental sensível, mesmo diante de alertas públicos, idôneos e amplamente divulgados pela entidade certificadora internacional.

231. A omissão quanto à origem, validade e aposentadoria dos créditos comercializados configura **violação direta aos arts. 6º, III e IV; 30; 31 e 37, §§ 1º e 3º, do Código de Defesa do Consumidor**, pois impede o consumidor de avaliar a efetividade da alegada neutralização.

232. Além disso, por impor ao consumidor pagamento por suposto benefício ambiental cuja existência não é comprovada, e que pode sequer existir, caso os créditos já tenham sido aposentados antes da tokenização ou mesmo em momento futuro, a prática pode, ainda, se enquadrar nos **arts. 39, V, e 51, IV e §1º, II e III do CDC**, por impor ônus excessivo e vantagem desproporcional ao fornecedor.

233. Também se verifica afronta aos **arts. 170, V e VI, e 225, CRFB/88**, que impõem às empresas dever de atuação ambientalmente responsável e proíbem a construção de aparências de sustentabilidade destituídas de base técnica verificável. A comercialização de créditos tokenizados sem lastro ambiental auditável **viola a confiança do consumidor e compromete o direito coletivo ao ambiente equilibrado**.

234. Diante disso, suspender a parceria com a Moss não resolve todas as questões. Ainda assim, a GOL não adotou medidas corretivas transparentes, como a apresentação de auditoria retroativa dos créditos já vendidos, substituição dos créditos (por outro crédito validado, auditado e vinculado a projeto não envolvido em investigação) ou cancelamento das compensações realizadas com créditos de procedência questionável e ou a notificação aos consumidores que podem ter adquirido créditos originados de projetos sob suspeita.

235. Diante do exposto, a aquisição e comercialização de créditos de carbono por meio da Moss, sem a devida transparência sobre riscos, origem e auditoria, evidencia a continuidade de condutas que impedem o consumidor de exercer o seu direito de acessar informações transparentes, claras, precisas e verdadeiras e, até mesmo, o controle sobre a efetividade ambiental do programa 'Meu Voo Compensa', **reforçando a violação de direitos básicos do consumidor e princípios constitucionais anteriormente mencionados**.

236. Além disso, a empresa tem o dever de proteger o consumidor e fornecer informações claras, incluindo sobre a idoneidade dos parceiros envolvidos. Contratar créditos de carbono de um intermediário sob investigação sem adotar medidas de controle e correção compromete esses direitos.

237. Em síntese, a completa ausência de informações cruciais e comprovação técnica acerca da aposentadoria dos créditos, somada à manutenção da oferta do programa mesmo após reiterados alertas formais da Verra, evidencia que o "Meu Voo Compensa" **funcionou à margem dos**

padrões mínimos de integridade ambiental e de rastreabilidade exigidos no mercado regulado de carbono.

238. Tal cenário revela que a iniciativa, desprovida de lastro verificável, se reduziu, na prática, a um mecanismo de greenwashing, comprometendo a transparência informacional, distorcendo a educação ambiental do consumidor e violando sua confiança legítima na veracidade das promessas de neutralização climática.

D) Inexistência de rastreabilidade e de provas de efetiva compensação:

239. A empresa não apresentou contratos, notas fiscais, certificados de aposentadoria de créditos de carbono nem qualquer meio que permitisse rastrear a efetiva destinação dos valores pagos pelos consumidores. Os certificados emitidos são genéricos, não vinculam o pagamento a um projeto ambiental específico e não indicam sequer o número de série dos créditos, sua data de aposentadoria ou entidade auditora responsável.

240. Ao responder o questionamento de qual seria a destinação do valor pago pelo consumidor pela adesão ao programa, em contestação, mais especificamente no item 9 (fls. 287-288 da interpelação judicial), a requerida informa que o valor pago pelo consumidor era revertido para o incentivo dos projetos voltados à sustentabilidade, vinculados ao Token MCO2.

241. Esta é uma resposta genérica, em que não são apresentados elementos suficientes para justificar a resposta, como os acima citados: notas fiscais, certificados de aposentadoria, etc.

242. Ademais, ao ser questionada sobre a existência de documento público ou estudo técnico que sustente os números relacionados às emissões neutralizadas no âmbito do programa, a Gol apenas informou, em fls. 293 da interpelação judicial, que:

Conforme mencionado no Item 13, dentro do projeto, ao optar pela compra através dos meios digitais da Gol, havia uma ligação com uma API da Moss, que emitia e enviava o certificado instantaneamente para e-mail do passageiro. Para controle da quantidade de passageiros que realizaram a compensação e do valor arrecadado, a Moss disponibilizava um relatório com a descrição de cada transação (vide Doc. 10), que era conciliado com um relatório fornecido pelo time de Business Intelligence da Gol.

243. O que se buscava era saber se há algum estudo técnico validado, público que comprove que as emissões estimadas por trecho/voo foram

corretamente calculadas, os créditos adquiridos, de fato, neutralizavam as emissões (equivalência tCO2/ticket) a fim de confirmar a metodologia utilizada para compensação. Contudo, a resposta se limita a mencionar relatórios da Moss, que são registros comerciais de transações, não estudos técnicos. O relatório fornecido pela Gol não equivale a uma auditoria ou a um estudo técnico. O que demonstra ausência de comprovação técnica do real impacto ambiental.

244. A ausência de rastreabilidade, documentação comprobatória e evidências técnicas de efetiva compensação ambiental viola diretamente os **arts. 6º, III e IV, 30, 31 e 37, caput e §1º, do CDC**, na medida em que impede o consumidor de verificar a veracidade e a correspondência entre o que lhe é ofertado ("neutralização garantida") e o que é efetivamente entregue. A apresentação de certificados genéricos e a inexistência de notas fiscais, contratos, registros de aposentadoria de créditos e identificação precisa dos projetos apoiados configura **ocultação de informação essencial**, o que caracteriza **publicidade enganosa por omissão e infração ao dever de transparência**.

245. Além disso, ao anunciar neutralização de emissões sem comprovação auditável de que os créditos adquiridos são reais, rastreáveis e efetivamente aposentados, a ré incorre em **prática comercial desleal (art. 6º, IV, CDC)**, afronta o princípio da boa-fé objetiva (**arts. 4º, III**), bem como coloca o consumidor em desvantagem exagerada, em claro desrespeito ao **art. 51, IV, CDC**, pois transfere ao consumidor o risco da incerteza técnica da operação, sem qualquer salvaguarda ou possibilidade de controle.

E) Ausência de comprovação técnica e auditoria independente sobre a correlação entre os valores pagos e os créditos de carbono adquiridos.

246. A resposta de número 13 apresentada pela requerida, em interpelação judicial (fls. 289), limita-se a afirmar que a emissão dos certificados era realizada de forma automática por meio de integração com a plataforma Moss, a qual também forneceria relatórios contendo o registro das transações realizadas pelos consumidores (Doc. 10 - Relatório Moss). Vejamos:

Summary

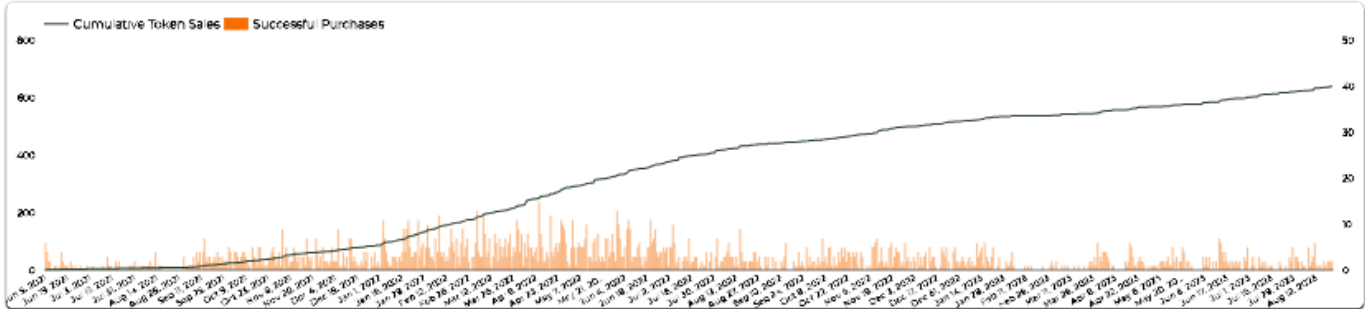
Successful Purchases
2,097

Amount (USD)
9,525.86

Distinct Users
1,689

Burned MCO2
639.41

Total Purchases & Tokens Sold



Detailed

to - from - current status: successful transfer / 0 -

created_at (Date)	Flight Session id	carbon_ton	price_brl	price_usd	from	to	segment	people
Aug 22, 2023	f435de5-55ca-4eda-b812-22583753b1bf	0.15973587204164...	12.93861373537363	3.194719444083299...	São Paulo	Brasília	1	1
	c798004f-d4e8-4d8e-a6d1-797b5e070cbe	0.24825328016065...	20.108515693012826	4.965065603213043	São Paulo	Cuiabá	0	2
Aug 21, 2023	74bd2370-1fc4-4b57-9acf-a8a5e6cb2f49	0.1439276497790...	11.658139632102714	2.878552995580917	Vitória	Rio De Janeiro	0	1
					São Paulo	Vitória	1	1
					Rio De Janeiro	São Paulo	0	1
	4a85b9f5-4f25-4f59-9cac-0a2b35d0c5af	0.4600440591009...	37.26356878777843	9.200881182019366	São Paulo	Belém	1	1
					Belém	São Paulo	0	1
Aug 20, 2023	2e5a6942-bc1b-42be-b206-b3574cf3b1d1	0.13662610468078...	11.066714479143492	2.732522093615677	Rio De Janeiro	São Paulo	0	4
	041807a6-0099-4950-a657-2380114730d0	1.60136997299940...	129.7109678129519	32.0273994599881...	Salvador	Madrid	0	1
					Nápoles	Madrid	3	1
					Madrid	Salvador	1	1
						Nápoles	2	1
Aug 19, 2023	d8e978b7-646e-49b0-ab1b-64d158706e6e	0.0782686948985...	6.3397642867814605	1.565373897970731	São Paulo	Porto Alegre	0	1
	216a80f2-6283-4553-bda8-fb7570206b7d	0.0782686948985...	6.3397642867814605	1.565373897970731	Porto Alegre	São Paulo	0	1
Aug 18, 2023	45fa337d-d25a-466d-b08f-d084251559e1	0.32610006228147...	26.414105044799427	6.522001245629489	São Paulo	Brasília	1	2
					Brasília	São Paulo	0	2
Aug 17, 2023	43093782-7534-4abb-b750-68a96a39610e	0.34867252516923...	28.242474538707658	6.9734505033846...	Palmas	Brasília	1	3
					Brasília	Palmas	0	3
	34fbc0d8-a2bc-43f1-bc1d-fcefb5d1acff	0.1585286731453357	12.67882252477219	3.130573462906714	Vitória	Rio De Janeiro	0	2
					Rio De Janeiro	Vitória	1	2

Este documento contém informações pessoais e comerciais de Moss Gol, sendo de propriedade exclusiva da Moss Gol. É proibida a reprodução, o uso não autorizado ou a divulgação de qualquer parte deste documento. Para conferir o original, acesse o site https://www.idec.org.br/portal/consultas/assinatura-eletronica.aspx e informe o processo 100913-45-2023 e o código 02A13259.

Summary

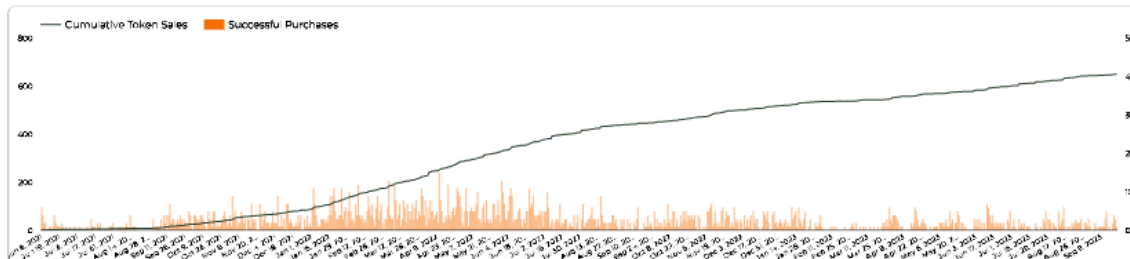
Successful Purchases
2,139

Amount (USD)
9,755.17

Distinct Users
1,719

Burned MCO2
650.88

Total Purchases & Tokens Sold



Detailed

created at (Date)	Flight Session id	carbon ton	price br	price usd	from	to	segment	people
Sep 21, 2023	0f8b4996 a3b0 4f91 b20e fb0e9ff5ed	0.11436069078627...	9.263215953688226	2.287213815725488	Salvador	Rio De Janeiro	0	1
Sep 20, 2023	f739eb02 bec8 4234 9423 54a9729fba19	0.15653738979707...	12.679528573562921	3.130747795941462	São Paulo	Porto Alegre	1	1
					Porto Alegre	São Paulo	0	1
	dffe8a2d 61d9 45fe bc27 bbd0638fe1af	0.5070833767870...	41.07375351975053	10.141667535740872	São Paulo	Rio De Janeiro	4	1
						São Paulo	0	1
					Rio De Janeiro	São Paulo	3	1
					Fortaleza	Fortaleza	1	1
	29faddf e0c0 4db7 90a1 733cdd4f150e	0.41856352272730...	33.9036453409121	8.37270454546199	Fortaleza	Rio De Janeiro	2	1
					Rio De Janeiro	Porto Alegre	0	2
					Porto Alegre	Rio De Janeiro	1	2
Sep 19, 2023	fc024c4 c0bf 4814 ace4 f138cadbf1ac	0.33155364797936...	26.85584548632823	6.631072959587217	Maceió	Brasília	1	1
					Brasília	Bele Horizonte	0	1
					Bele Horizonte	Maceió	0	1
	82369a42 2fb3 4ba2 bc5f ecb5c075a6c6	0.0997735784865...	8.08165985742442	1.995471569731467	Porto Alegre	Curitiba	1	1
					Curitiba	Porto Alegre	0	1
	73c7207c f73a 41c5 acf8 144a6a99fb2	0.153673705470106...	12.447570143075646	3.07347410940139...	São Paulo	Colônia	1	1
					Colônia	São Paulo	0	1
	1e172864 fc39 4b85 a02a e0ea7baf0eef	0.126312093538120...	10.393279576587751	2.56624187076240...	São Paulo	Rio De Janeiro	1	2
					Rio De Janeiro	São Paulo	0	2
Sep 18, 2023	522c5674 30e7 4208 9ead aedaf402a72	0.91518055463557...	74.12962492548165	18.303611092711517	Rio De Janeiro	Belem	0	2
					Belem	Rio De Janeiro	1	2

Este documento é de caráter informativo e não constitui uma recomendação de compra ou venda de produtos ou serviços. O Idec não se responsabiliza por danos de qualquer natureza decorrentes do uso deste documento. Para maiores informações, consulte o site do Idec: www.idec.org.br

247. Todavia, a análise do referido documento revela tratar-se de simples listagem interna de transações, restrita a alguns dias dos meses de agosto e setembro de 2023, sem qualquer validação externa ou auditoria independente.

248. Os dados apresentados — como número de compras, valores arrecadados e quantidade de créditos supostamente “queimados” (retirados de circulação) — são produzidos unilateralmente pela própria Moss, parte diretamente interessada na comercialização dos créditos.

249. Não há, portanto, qualquer parecer técnico ou relatório de auditoria que assegure a correspondência entre os valores pagos pelos consumidores e os créditos de carbono efetivamente adquiridos e aposentados. Tampouco há elementos que permitam aferir eventual sobrepreço, margem de lucro, critérios de precificação ou a destinação efetiva dos recursos arrecadados pela Gol.

250. Ademais, o relatório apresentado não possibilita identificar a origem de cada crédito, isto é, qual projeto ambiental o gerou, se este se encontra certificado, ativo e verificado, e se os créditos correspondentes foram devidamente aposentados e rastreados. Essa ausência de rastreabilidade inviabiliza qualquer aferição de integridade ambiental ou equivalência entre a emissão estimada e a compensação alegada.

251. Em suma, a documentação apresentada é insuficiente para comprovar a efetividade ambiental do “Meu Voo Compensa” alegada pela Requerida, além de impedir o consumidor de compreender a natureza e a correspondência entre o valor pago e o suposto benefício ambiental entregue. Tal opacidade configura violação direta aos **arts. 6º, III e IV, 30, 31 e 37, caput e §1º, do Código de Defesa do Consumidor**, pois compromete a veracidade da oferta, omite informações essenciais e expõe o consumidor a prática comercial potencialmente enganosa.

252. A conduta também afronta o **art. 39, V, do CDC**, ao impor ao consumidor vantagem manifestamente desproporcional, uma vez que este paga por um resultado ambiental cuja existência e efetividade não são comprovadas. Viola igualmente o **art. 51, IV, do CDC**, ao transferir ao consumidor o risco integral da incerteza técnica da operação, em descompasso com a boa-fé objetiva (**arts. 4º, III, CDC**).

E) Falta de transparência na precificação do serviço:

253. Apesar de afirmar que utilizava o GHG Protocol para estimar as emissões de CO₂ por passageiro, a empresa não apresentou relatórios técnicos, planilhas de cálculo ou auditorias que comprovem a aplicação concreta da metodologia. O consumidor, no ato da contratação, tampouco recebia explicação clara sobre o cálculo individualizado das emissões, mesmo sendo essa a base do valor cobrado, e não há quaisquer elementos que comprovem sua aplicação efetiva ao caso concreto de cada passageiro.

254. Afirmou a requerida, em sede de contestação - interpelação judicial, **fls. 283-284** - que: para a realização do cálculo de emissão de carbono por passageiro, utilizou-se o seguinte racional (Doc. 8 – Racional de Cálculo de Emissões): i) Distância voada (medida pela menor distância entre os aeroportos de origem e destino); ii) Índice de emissão por quilômetro para cada passageiro transportado, considerando um peso médio por passageiro de 75 kg + 3,86 kg de bagagem para voos domésticos e 75 kg + 5,41 kg de bagagem para voos internacionais.

255. Assim, para cada passageiro, o cálculo era: Distância voada (km) × Índice de emissão por km. Já para o cálculo do índice, era considerado o total de emissões da Gol (coletadas por meio do GHG Protocol + emissões internacionais), dividido pelo total de toneladas pagas transportadas por quilômetro no período em questão (conhecido como RTK). Conforme demonstrado abaixo:

RTK = Tonelada Pago x Km Voador [ton * km]
Emissões Gol = Tonelada CO₂ [ton]

Índice

Índice = Emissões/RTK [ton/ton*km] ~ [kg/kg * km]

Índice por Pax

ÍndicePax = Índice * PesoPax = [kg/kg * km] * kg

JO DA COSTA CARVALHO, protocolado em 14/03/2025 às 22h 22min Contendo documento de, informe o processo 107031

256. Ocorre que apesar de a fórmula possibilitar a individualização, a GOL não demonstrou que a aplica desta maneira. Há ausência de transparência e de comprovação técnica. Não basta alegar o uso da metodologia, de forma genérica. É essencial provar a aplicação concreta, especialmente em se tratando de oferta ambiental sensível, com risco de *greenwashing*.

257. Não foram juntados relatórios ou qualquer outro documento comprovando a aplicação desse método, na prática. Bem como não havia informação ao consumidor, no ato da aderência ao programa, sobre como era realizado esse cálculo.

258. Para além disso, o valor de R\$ 81,00/tCO₂ foi arbitrariamente fixado, sem a apresentação de qualquer documentação técnica que justificasse esse montante, como composição de custos, valores de mercado ou parcela destinada efetivamente à aquisição de créditos. Não houve detalhamento sobre a destinação dos recursos, nem transparência quanto à margem de lucro da empresa ou comissão da intermediária Moss Earth.

259. Não há apresentação de laudo técnico ou auditoria que possa justificar a cobrança desse valor. A ausência de transparência impede o consumidor de avaliar a adequação e a efetividade ambiental da compra.

260. Tal omissão se torna ainda mais grave diante da alegação de que a metodologia empregada se basearia no *GHG Protocol*, padrão técnico internacional cuja credibilidade exige transparência plena.

261. Tal cenário viola o **art. 31 do CDC**, pois a informação sobre preço e sua composição deve ser clara, precisa e ostensiva; impede ainda a aferição da razoabilidade econômica do serviço, configurando prática abusiva vedada pelo **art. 39, V, CDC**, que proíbe a exigência de vantagem manifestamente excessiva.

262. Ademais, a fixação de valor arbitrário, sem comprovação técnica, transparência metodológica ou auditoria independente que o substancie, configura nítido desequilíbrio contratual e afronta diretamente o **art. 51, IV e §1º, II, do CDC**. Ao impor ao consumidor a cobrança de montante cuja razoabilidade não é demonstrada, a ré restringe direitos essenciais inerentes à própria natureza do contrato, especialmente o direito à informação adequada e à equivalência entre preço e prestação, criando obrigação desproporcional, opaca e não verificável.

263. Tal opacidade transfere integralmente ao consumidor o risco e o custo da operação, caracterizando vantagem manifestamente exagerada e rompendo o equilíbrio da relação de consumo

G) Contradições na caracterização jurídica da cobrança

264. Enquanto a GOL, em resposta formal, afirma que se tratava de "aquisição onerosa", os materiais publicitários anexados pela própria empresa utilizam repetidamente o termo "doação" para descrever o ato do consumidor. Vejamos:

COMPENSAÇÃO DE CARBONO

Faça uma doação e compense as emissões de CO₂ do seu voo.
[Ler mais](#)

Para essa viagem, são emitidas 6 toneladas de carbono, e com a sua compensação 0.04 toneladas de CO₂ serão neutralizadas.

☒ Selecionar todos

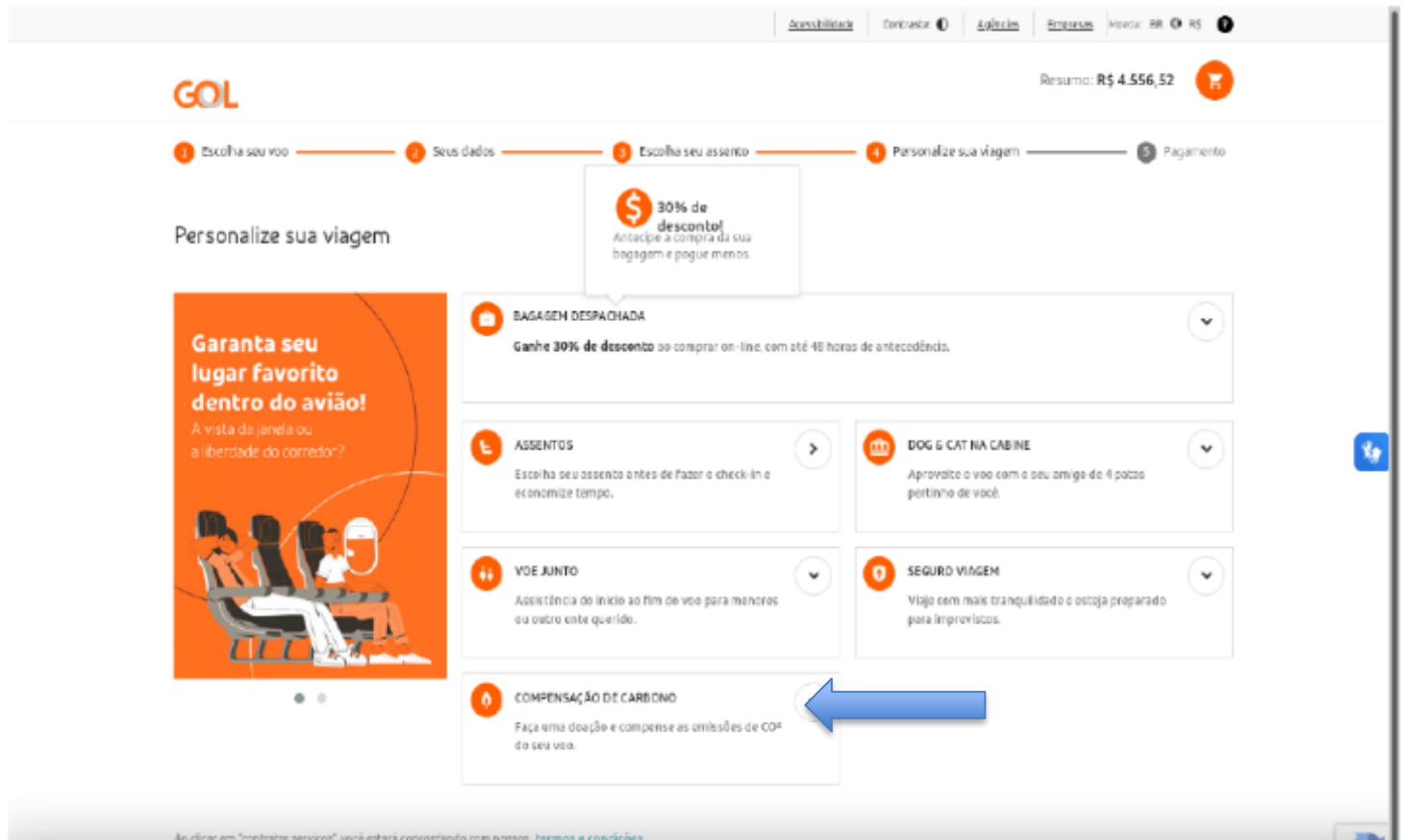
☒ JES ☐ INTE

Total a pagar por inclusão de Compensação de Carbono:
R\$ 3,24
(Valor válido para todos os trechos)

Atenção essa opção não é reembolsável. Em caso de cancelamento, o valor compensado não será reembolsado.

CONTRATAR SERVIÇO

265. A palavra “doação” também aparece no campo compensação de carbono:



266. A contradição entre a caracterização jurídica apresentada pela GOL, que, em sua resposta formal, afirma tratar-se de “aquisição onerosa”, e a linguagem utilizada em seus próprios materiais publicitários, nos quais o ato do consumidor é reiteradamente descrito como “doação”, compromete a transparência e a coerência da oferta.

267. Tal ambiguidade viola diretamente o dever de informação adequado, claro e preciso (**arts. 6º, III e IV, 31 e 37, §1º, CDC**), uma vez que impede o consumidor de compreender a natureza jurídica da operação, sua finalidade econômica e seus efeitos. A oscilação entre “compra” e “doação” afeta, ainda, a própria formação da vontade, **esvaziando a autonomia decisória; a livre escolha do consumidor e afrontando, ainda, o art. 4º, III, do CDC**, que consagra a boa-fé objetiva como base das relações de consumo.

268. No plano constitucional, a prática também desrespeita os princípios da ordem econômica, previstos no **art. 170 da Constituição Federal**,

principalmente o seu **inciso V**, que preconiza a defesa do consumidor, reforçando o caráter abusivo da conduta.

H) Da insuficiência da asseguração independente apresentada pela Gol:

269. A Requerida afirma que os dados constantes de seu Relatório ESG 2023 foram auditados pela Ernst & Young (fls. 293 da interpelação), buscando conferir aparência de verificação independente às informações sobre suas práticas ambientais. Contudo, conforme se extrai do próprio relatório de asseguração, trata-se de asseguração limitada, conduzida nos termos da norma ISAE 3000 (NBC TO 3000), cujo escopo se restringe à verificação formal da conformidade das informações reportadas com os padrões GRI Standards e SASB, sem qualquer exame técnico sobre a veracidade dos dados ambientais, o cálculo das emissões, a rastreabilidade ou a efetiva compensação de carbono alegada.

270. A própria auditoria reconhece expressamente que o nível de segurança obtido é substancialmente inferior ao de uma auditoria razoável, e que não há verificação de dados históricos, de cumprimento de normas ambientais ou de impacto real dos indicadores divulgados. Assim, o referido relatório não é idôneo para comprovar a efetividade ambiental do programa “Meu Voo Compensa”, nem supre o dever de transparência imposto pelo Código de Defesa do Consumidor. Conforme se observa no documento a seguir:



São Paulo Corporate Towers
Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1909
Torre Norte - 9º Andar - Itaim Bibi
04543-011 - São Paulo/SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
Fax: (11) 2573-5780
ey.com.br

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual de Sustentabilidade

Aos
Acionistas, Conselheiros e Administradores da
GOL Linhas Aéreas Inteligentes S.A.
São Paulo – SP

Introdução

Fomos contratados pela Gol Linhas Aéreas S.A. ("Gol" ou "Companhia") para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2023 ("Relatório ESG 2023") da Gol, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório ESG 2023, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

Critério aplicado pela Gol Linhas Aéreas S.A.

Na preparação do Relatório ESG 2023, a Gol relatou os critérios com base nas Normas da Global Reporting Initiative (GRI) e os critérios do *Sustainability Accounting Standards Board – (Airlines standard e Air freight and logistics standard)* SASB.

Responsabilidades da administração da Gol Linhas Aéreas S.A.

A administração da Gol é responsável por:

- Selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório ESG 2023;
- Preparar as informações com base nos critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative* e do *Sustainability Accounting Standards Board – (Airlines standard e Air freight and logistics standard)* SASB;
- Desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório ESG 2023, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório 2023, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO Nº 07/2022 – Trabalhos de Asseguração Limitada referente às informações não financeiras contidas no Relato Integrado emitido pelo CFC, e com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB). Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre

o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório ESG 2023, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Gol e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório ESG 2023, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relatório ESG 2023, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório ESG 2023, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório ESG 2023;
- b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores constantes no Relatório ESG 2023;
- d) para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência com base nas diretrizes e critérios da estrutura de elaboração GRI Standards e SASB, aplicáveis na elaboração das informações constantes no Relatório ESG 2023.

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho são suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório ESG 2023. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade foi realizada com base nos critérios da GRI e SASB, e, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguuração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (GRI e SASB).

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório 2023 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2023 da Gol, não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, com base nos critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative – GRI* e “*SASB*”.

São Paulo, 16 de setembro de 2024.

Ernst & Young
Auditores Independentes S/S Ltda.
CRC SP-034519/O



Bruno Mattar Galvão
Contador CRC SP-267770/O

271. Dessa forma, a insuficiência da asseguuração independente apresentada pela Gol evidencia violação aos direitos básicos do consumidor, à obrigação de fornecer informações claras e precisas sobre os produtos e serviços ofertados e à vedação de práticas comerciais enganosas, conforme arts. 6º, III e IV, 30, 31 e 37 do CDC.

I) Ausência de comprovação dos resultados e da efetividade do programa “Meu Voo Compensa”

272. Conforme informado pela própria Requerida, em fls. 286 da interpelação judicial, no ano de 2024 a companhia aérea GOL operou 218.349 voos, sendo 212.162 de passageiros e 6.187 cargueiros, e afirmou que todos os voos de passageiros realizados durante o período de vigência do

programa “Meu Voo Compensa” teriam oferecido a possibilidade de compensação das emissões de carbono.

273. Todavia, não foi apresentada qualquer documentação técnica ou relatório de auditoria que comprove tais números ou demonstre a efetiva implementação e alcance do programa, especialmente quanto à taxa de adesão dos passageiros e ao impacto ambiental real da iniciativa, como já exposto acima.

274. Assim, as informações prestadas revelam-se genéricas e destituídas de comprovação, **impedindo a verificação da efetividade ambiental alegada e reforçando o caráter meramente publicitário** e não operacional da campanha, violando-se, da mesma forma, o **art. 4º, inciso III, o art. 6º, incisos II e III, bem como o art. 30, 31 e 37, §1º do CDC.**

J) Suspensão abrupta do programa, sem prestação de contas

275. Com a ruptura da parceria com a Moss, o programa foi abruptamente suspenso e todas as informações foram retiradas do site da GOL. Não houve comunicação prévia adequada aos consumidores, nem divulgação de qualquer relatório que demonstrasse os valores arrecadados, os créditos efetivamente adquiridos ou as compensações realizadas antes da interrupção.

276. Mesmo que o programa esteja suspenso, isso não justifica a ausência de acesso às informações sobre transações passadas. É importante saber, por exemplo, a quantidade de créditos adquiridos por rota, os projetos beneficiados, os certificados entregues, dentre demais informações.

277. Outro ponto sensível é que, ao ser indagada, na interpelação judicial, se existem consumidores que adquiriram créditos de carbono ou participaram do programa durante o período em que as informações foram retiradas, a Gol informou, em resposta ao item 19 (fls. 291 da interpelação judicial), que:

Não houve aquisição de créditos de carbono após a suspensão da parceria entre a Gol e a Moss. Entretanto, como mencionado no Item 8, alguns clientes corporativos ainda possuíam contratos de compensação vigentes. Dessa forma, a Gol optou por negociar com esses clientes, informando que os valores de compensação pendentes serão pagos posteriormente, assim que a nova climatech for selecionada.

278. Assim, admite que mesmo após a suspensão da parceria com a Moss e a retirada das informações do site, continuou a manter compromissos contratuais com clientes corporativos, sem capacidade de execução imediata. Ao se comprometer com compensações futuras com fornecedor ainda não contratado, a empresa expõe os consumidores a incertezas jurídicas e ambientais, que não seriam cabíveis nesse contexto. A Gol não garante que o crédito futuro será da mesma certificadora, com o mesmo valor de mercado, nem mesmo que haverá compensação no mesmo ano das emissões. Acaba que não ocorre, desta forma, a entrega do que foi contratado no tempo e na forma que foram compactuados.

279. Mais uma vez, resta claro a **afronta aos direitos básicos do consumidor e aos princípios constitucionais da transparência, da proteção ambiental e da livre escolha, evidenciando que as condutas da Gol comprometeram a confiança legítima dos consumidores, a efetividade do programa “Meu Voo Compensa” e o exercício de controle social sobre ações ambientalmente relevantes.**

K) Explicação evasiva ao ser questionada sobre os termos específicos da parceria entre a Interpelada e a “Climatech” no âmbito do programa “Rotas 100% carbono neutro”

280. A requerida se reservou a mencionar o modelo operacional genérico, informando que:

Conforme resposta ao Item 8, na modalidade Rotas 100% Carbono Neutro, nos trechos Recife/Fernando de Noronha e São Paulo/Bonito, a Gol e a Moss assumiam conjuntamente a compensação individual de todos os clientes e da tripulação presentes nesses voos, disponibilizando a eles o certificado correspondente aos créditos de carbono de maneira gratuita.

281. O que se esperava com esse questionamento era saber os termos contratuais específicos da parceria com a Moss no âmbito das “Rotas 100% carbono neutro”. Ainda que os créditos tenham sido ofertados de forma “gratuita” aos passageiros dessas rotas, a Gol utilizou esse cenário como recurso de marketing ambiental e reputacional (marketing verde), publicizou essas rotas como 100% carbono neutro, o que cria uma expectativa legítima de veracidade e rastreabilidade, bem como reforçou sua imagem como empresa ESG, beneficiando-se comercialmente da prática.

282. Por isso, ainda que não houvesse cobrança direta, há a obrigação legal de comprovar a compensação ambiental efetiva, apresentar os documentos técnicos que sustentam a promessa de neutralização, bem como informar os termos contratuais da parceria com a fornecedora de créditos de carbono.

283. Além disso, há a promessa de 100% carbono neutro, então, a Gol deveria comprovar que a compensação realizada é suficiente para cobrir 100% das novas emissões.

284. Novamente, fica límpido que a Requerida violou direitos básicos do consumidor ao **não fornecer informações claras, precisas e verificáveis sobre a compensação ambiental prometida, criando expectativa legítima de neutralidade de carbono sem comprovação técnica, rastreabilidade dos créditos ou divulgação dos termos contratuais com a fornecedora, reforçando práticas de *greenwashing* e afrontando princípios constitucionais da proteção ao consumidor, da transparência e do meio ambiente.**

L) Recusa em apresentar documentos essenciais

285. Apesar de instada formalmente, a GOL recusou-se a apresentar o contrato com a Moss sob alegação genérica de sigilo contratual. Tal documento, contudo, é essencial para aferir obrigações recíprocas, previsão de auditoria, cláusulas de reversibilidade, composição de custos e destinação dos recursos — elementos indispensáveis para validar a proposta comercial oferecida ao consumidor.

286. Assim, a requerida não apenas descumpre seu dever legal de transparência e prestação de contas, mas também frustra a confiança legítima do consumidor e expõe a fragilidade técnica do programa. Circunstâncias estas que, somadas, reforçam a gravidade do quadro e a **imprescindibilidade de apuração judicial rigorosa.**

287. Com efeito, as respostas e documentos fornecidos pela empresa não apenas se revelaram insuficientes, mas também contraditórios, o que reforça a caracterização da prática de ***greenwashing***, que é a manipulação da comunicação ambiental para construção de imagem reputacional positiva, sem lastro técnico, transparência informacional ou comprovação de resultados ambientais.

288. A omissão deliberada de dados essenciais e a recusa em exibir documentos impedem a verificação da efetividade ambiental alegada e demonstram que o contraditório substancial já foi oportunizado, em sede judicial, sem que a GOL tivesse interesse em comprovar a veracidade de suas afirmações.

289. Ademais, reforça que a conduta da GOL não decorreu de descuido eventual, mas de **estratégia deliberada de comunicação enganosa.**

290. Cumpre registrar que, em sua resposta à interpelação judicial (fl. 274), a Requerida informou ter suspenso a parceria com a empresa Moss, intermediadora na comercialização de créditos de carbono, e, por consequência, interrompido o Programa “Meu Voo Compensa”.

291. Entretanto, mesmo após a suspensão, a empresa manteve falta de transparência e de prestação de informações claras aos consumidores, uma vez que não é possível encontrar comunicação sobre a suspensão do programa em seu site oficial. Em outubro de 2025, a página dedicada ao “Meu Voo Compensa” ainda constava no website da GOL, sem qualquer explicação sobre o que é ou o que foi o programa, tampouco fornecendo

Meu Voo Compensa



NOVOS TEMPOS PARA A TERRA

Somos a primeira Companhia Aérea da América Latina a estabelecer o compromisso de zerar essas emissões até 2050. Confira nossas ações.

informações acessíveis e detalhadas sobre suas supostas iniciativas de compensação de emissões⁶²:

A aeronave
#MeuVooCompensa

O avião verde da GOL reforça nosso compromisso com o planeta. Customizamos as partes interna e externa para inspirar mais pessoas a fazerem parte dos Novos Tempos para a Terra.

A redução de 200% de resíduos descartados a bordo é uma das iniciativas pioneiras que assumimos para um futuro melhor para todos.

Juntos, a gente conecta mais pessoas com a sustentabilidade.



⁶² Disponível em: <https://www.voegol.com.br/meu-voo-compensa> . Acesso em: 10/10/25.

292. Situação semelhante se observa no Relatório de Sustentabilidade de 2024 da empresa⁶³, publicado em 29 de agosto de 2025, que passou a conter apenas sete páginas dedicadas aos aspectos ambientais, em contraste com as “quase vinte páginas” do relatório de 2023 – conforme referido pela própria GOL à fl. 276 da resposta à interpelação judicial. Nesse novo documento, todas as menções ao programa “Meu Voo Compensa”, às “Rotas 100% Carbono Neutro” e ao “Avião Verde da GOL” foram abruptamente suprimidas, sem qualquer comunicação pública.

293. Dessa forma, **tanto consumidores quanto investidores permanecem sem acesso a informações claras, precisas e atualizadas sobre as iniciativas de sustentabilidade da GOL**, impossibilitando qualquer avaliação quanto à efetiva contribuição dessas ações para a redução das emissões de gases de efeito estufa e para o cumprimento dos compromissos climáticos assumidos pela empresa.

294. A **suspensão abrupta do programa após ter sido formalmente instada a demonstrar sua base técnica** - momento em que foi oportunizado o contraditório substancial na interpelação judicial - evidencia incompatibilidade entre o discurso público de sustentabilidade e a efetiva capacidade de comprovação da neutralização anunciada, caracterizando comportamento contrário à boa-fé objetiva, especialmente quanto ao dever de coerência.

295. Ademais, a ausência de apresentação de documentos capazes de comprovar a metodologia, e sua aplicabilidade, de cálculo das emissões, a rastreabilidade dos créditos supostamente utilizados e a efetiva compensação ambiental, mesmo após provocação judicial, evidencia que **a requerida não afastou o núcleo das alegações formuladas pelo autor** quanto à inexistência de lastro técnico do programa. Trata-se, portanto, de fato que se tem por incontroverso, atraindo a incidência do **art. 374, III, do CPC**, segundo o qual **não dependem de prova os fatos admitidos no processo como incontroversos**.

296. Diante da oportunidade de demonstrar a veracidade das informações veiculadas ao público, a Requerida optou por não fazê-lo, além de retirar o programa “meu voo compensa” do ar, o que corrobora com o caráter enganoso da oferta e reforça a necessidade de responsabilização.

⁶³ Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/5e992a5e-252e-44bd-acfa-11cbee904064/8557a070-387d-fa16-6af8-c36abb6880d7?origin=2>. Acesso em 09/10/2025.

M) USO DO “AVIÃO VERDE” COMO PEÇA PUBLICITÁRIA AMBIENTAL SEM LASTRO TÉCNICO

297. Ao longo de sua comunicação institucional, a GOL veiculou de forma destacada a imagem de uma aeronave inteiramente pintada de verde, o chamado “avião verde”, como símbolo de seu suposto compromisso ambiental. A publicidade afirmava expressamente que “o avião verde da GOL reforça nosso compromisso com o planeta”, atribuindo à mera customização estética da aeronave um significado ambiental que não encontra qualquer respaldo técnico, operacional ou científico.

298. A empresa anunciava metas climáticas ambiciosas em seus relatórios ESG anteriores ao publicado em 2025, como compromissos com SBTi (*Science Based Targets initiative*), CDP (*Carbon Disclosure Project*), produção de SAF (combustíveis sustentáveis de aviação) e iniciativas de descarbonização. Contudo, **nenhum desses compromissos encontra correlação técnica com a existência do avião verde, nem mesmo possuem eficácia comprovada.**

299. Não bastasse a ausência de qualquer relação entre tais compromissos e a existência do chamado ‘avião verde’, o Relatório ESG publicado em 2025 revela retrocesso ainda maior, pois sequer replica as metas climáticas anteriormente anunciadas pela própria ré. O documento omite referências concretas a avanços em SBTi, a melhorias de desempenho no CDP, à participação no índice ICO₂ da B3, à implementação de SAFs (indo, inclusive, de encontro ao seu uso) ou a qualquer evolução mensurável em sua estratégia de descarbonização. Essa regressão informacional fragiliza a coerência entre a publicidade institucional e a realidade operacional da empresa, reforçando que a utilização da aeronave verde funcionou apenas como peça simbólica de marketing ambiental, dissociada de compromissos climáticos verificáveis, reforçando a configuração de *greenwashing*.

300. Tampouco há indicação de que a aeronave em questão integre – ou tenha integrado – qualquer projeto ambiental concreto, mensurável ou auditável. A ausência de correlação entre as metas divulgadas e o símbolo publicitário utilizado evidencia falta de aderência entre discurso e prática e reforça o caráter meramente figurativo da peça de marketing.

301. Ao veicular **e lucrar** com a imagem do “avião verde”, sem comprovação de qualquer benefício ambiental real, a ré coloca o consumidor em situação de vulnerabilidade informacional, impedindo a formação de escolha consciente. Essa conduta afronta o dever de informar com clareza e

precisão (arts. 6º, III e IV; 31; 37, §§1º e 3º do CDC), bem como viola os princípios constitucionais de proteção do meio ambiente e da ordem econômica sustentável (arts. 170, VI e 225 da CRFB/88), por criar falsa percepção de que a pintura da aeronave traduziria um compromisso climático efetivo.

302. Diante desse quadro, torna-se imprescindível que o MM. Juízo determine a **remoção de todas as alegações e símbolos publicitários relacionados ao “avião verde” da GOL**, bem como proíba a utilização de linguagens, pinturas ou marcas que impliquem compromisso ou neutralização ambiental, até que a empresa comprove, de forma auditável, a efetividade e integridade ambiental de sua frota e de seus programas de compensação.

N) REGRESSÃO DOS COMPROMISSOS CLIMÁTICOS NO RELATÓRIO ESG 2024 E SUA INCOMPATIBILIDADE COM A PUBLICIDADE AMBIENTAL DA RÉ

303. Conforme demonstrado na parte fática desta inicial, o Relatório ESG 2024 e publicado em 2025 (**DOC.12**) revela substancial retrocesso nas informações e compromissos ambientais da GOL, especialmente quando comparado aos Relatórios de Sustentabilidade anteriores. Embora a ré tenha, por anos, estruturado sua narrativa corporativa em torno de compromissos climáticos ambiciosos, incluindo adesão ao *GHG Protocol* (Selo Ouro), envio de cartas de compromisso à SBTi, reportes ao CDP, participação no índice ICO2 da B3, o relatório mais recente não demonstra qualquer avanço concreto, tampouco apresenta cronograma, indicadores ou justificativa técnica para o abandono dessas promessas.

304. Cabe salientar, ainda, que o documento assume um tom defensivo e economicista, passando a enfatizar os altos custos operacionais da aviação, os efeitos de fatores externos e o impacto econômico da obrigatoriedade futura de Combustíveis Sustentáveis de Aviação (SAF), indo de encontro ao uso de SAF anteriormente defendido (página 35 do relatório ESG 2024).

305. Toda essa omissão viola frontalmente o direito à informação adequada, clara e ostensiva, previsto nos arts. 6º, III, 31 e 37, §§ 1º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, pois esvazia o conteúdo das alegações ambientais que a própria GOL utilizou para construir reputação de empresa “comprometida com o clima”. A supressão de dados essenciais, associada à manutenção de discursos institucionais e peças publicitárias que continuam a sugerir engajamento climático robusto, impede o consumidor de avaliar com precisão a veracidade das alegações veiculadas, caracterizando **publicidade enganosa por omissão**.

306. Além disso, a regressão das metas e a ausência de prestação de contas contrariam diretamente os **princípios da boa-fé objetiva e da confiança legítima**, cuja observância é exigida em todas as relações de consumo (art. 4º, caput, CDC). Ao abandonar compromissos ambientais anteriormente anunciados — e que serviram de base para campanhas publicitárias, inclusive para a promoção do “avião verde” — a ré frustra expectativas legítimas criadas junto ao público e ao mercado, incorrendo em prática contrária à boa-fé e à transparência.

307. A conduta também viola os arts. 170, VI, e 225 da Constituição Federal, que impõem às atividades econômicas o dever de observar padrões de sustentabilidade e vedam práticas que, direta ou indiretamente, comprometam o direito coletivo ao meio ambiente equilibrado. Ao retroceder imotivadamente em compromissos climáticos anteriormente assumidos e ao deixar de apresentar justificativa técnica para tanto, a GOL desrespeita esses mandamentos constitucionais e reforça o cenário já configurado de **greenwashing**, utilizando comunicação institucional ambiental como instrumento de marketing dissociado da realidade operacional.

308. Portanto, a inconsistência entre o discurso publicitário da ré e o conteúdo efetivamente apresentado no Relatório ESG 2024 demonstra grave violação ao dever de informação, à boa-fé, à transparência e ao dever constitucional de proteção ambiental, reforçando os pedidos desta ação pela cessação de práticas enganosas e adequação da comunicação institucional da GOL aos padrões legais e constitucionais vigentes.

o) CONCLUSÕES:

309. Como acima exposto, a conduta adotada pela GOL na veiculação e execução do programa “Meu Voo Compensa” configura evidente violação aos direitos básicos do consumidor, em especial à **boa-fé objetiva**, ao **direito à informação clara e adequada**, e à **proteção contra publicidade enganosa e abusiva**, conforme dispõe o Código de Defesa do Consumidor.

310. Tais violações possuem também relevo constitucional. A proteção do consumidor é direito fundamental e princípio da ordem econômica (arts. 5º, XXXII, e 170, V da Constituição Federal/88), impondo ao Estado e aos agentes econômicos o dever de assegurar relações de consumo pautadas pela transparência, pela confiança e pelo respeito à dignidade do consumidor.

311. O inciso VI do art. 170, CRFB/88, por sua vez, consagra a defesa do meio ambiente também como princípio da ordem econômica, determinando que a atividade empresarial seja exercida de forma compatível com a

preservação ambiental, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação.

312. Assim, a Constituição impõe às empresas o dever de atuar com responsabilidade ambiental, vedando práticas que simulem sustentabilidade ou induzam o consumidor a erro quanto aos reais efeitos ambientais de suas ações.

313. Ademais, a Constituição consagra o meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito de todos e bem de uso comum do povo (art. 225), sendo vedadas práticas que criem aparência de responsabilidade ambiental sem efetividade comprovada, sob pena de comprometer a cidadania ecológica e a boa-fé objetiva nas relações de consumo. A prática de *greenwashing* viola o direito coletivo ao meio ambiente equilibrado, pois induz o consumidor a erro, criando uma falsa percepção de contribuição ambiental.

314. Nos termos do **art. 6º, III, do CDC**, é direito básico do consumidor receber informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço. A ausência de dados mínimos sobre a metodologia de cálculo das emissões, a composição do valor cobrado e a destinação dos recursos torna impossível qualquer verificação da efetividade da proposta apresentada.

315. Ademais, o **art. 31 do CDC** exige que a oferta e apresentação de produtos ou serviços assegurem informações corretas, ostensivas e em língua portuguesa, o que também foi descumprido pela ré. Os dados veiculados em suas plataformas eram imprecisos, incompletos e, em muitos casos, contraditórios — como na oscilação entre os termos “doação” e “compra”, ou na ausência de documentação probatória dos créditos adquiridos.

316. Vale trazer à baila a concepção doutrinária do Ministro do STJ Antonio Herman Benjamin⁶⁴, para quem a publicidade de produtos e serviços deve estar lastreada em elementos fáticos e científicos que sustentem suas alegações. O autor destaca que o dever de fundamentação decorre do princípio da transparência da mensagem publicitária, impondo ao fornecedor a obrigação de demonstrar a veracidade das informações que divulga. O

⁶⁴ Benjamin, Antonio Herman V. Manual de direito do consumidor [livro eletrônico] / Antonio Herman V. Benjamin, Claudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa. - 9. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, p. 443-445, 2021.

descumprimento desse dever, além de caracterizar publicidade enganosa, pode ensejar responsabilidade penal, nos termos do art. 69 do Código de Defesa do Consumidor.

317. A prática configura, ainda, hipótese de **publicidade enganosa por omissão**, nos termos dos **arts. 6º, III, e 37, §§ 1º e 3º, do CDC**, por induzir o consumidor em erro quanto à existência de um impacto ambiental positivo que **não se comprova de modo técnico, auditável ou rastreável**. O uso de certificados genéricos, sem lastro verificável, e a falta de dados sobre os projetos efetivamente beneficiados acentuam o caráter ilusório da promessa.

318. Configura-se, assim, *greenwashing* — prática empresarial de criar a aparência de responsabilidade socioambiental sem compromisso efetivo com os resultados alegados que, à semelhança do caso em tela, omitem informações materiais ou exageram o impacto de iniciativas ambientais. Como já adiantado, tal conduta tem sido repudiada por órgãos internacionais de regulação do mercado e, no Brasil, fere os princípios da boa-fé, da confiança legítima do consumidor e do dever de transparência que regem as relações de consumo (**art. 4º, III, CDC**).

319. Os precedentes internacionais supracitados ilustram um entendimento consolidado: alegações ambientais, sobretudo quando absolutas ou pouco qualificadas, exigem robusta comprovação e transparência integral, sob pena de configurar violação à boa-fé e à confiança do consumidor.

320. Consequentemente, a conduta da GOL compromete diretamente a liberdade de escolha do consumidor (**art. 6º, II, do CDC**), pois inviabiliza a tomada de decisão consciente e informada quanto à adesão ao programa de compensação.

321. A ausência de dados verificáveis sobre os métodos de cálculo de emissões, a origem dos créditos e os projetos beneficiados, associada à linguagem ambígua, impede o consumidor de avaliar com clareza a efetividade e a natureza jurídica da transação ambiental. Trata-se de vício informacional que contamina a própria autonomia da vontade, na medida em que induz a uma conduta de consumo ambientalmente motivada, mas potencialmente inócua ou enganosa.

322. Além disso, há evidente afronta ao princípio do fomento à educação ambiental (**art. 4º, IX, do CDC**). Ao invés de promover a conscientização ecológica com base em dados concretos e critérios verificáveis, a empresa instrumentaliza a pauta climática como estratégia de marketing, transmitindo ao público uma falsa ideia de impacto positivo. Essa prática mina o processo

educativo e confunde a noção de sustentabilidade, deslegitimando iniciativas sérias e obscurecendo o discernimento crítico dos consumidores diante de alegações ambientais. O resultado é a corrosão do senso coletivo de responsabilidade climática, substituído por narrativas corporativas não auditáveis.

323. Finalmente, a ausência de comprovação da destinação dos valores pagos compromete o nexo entre a contribuição do consumidor e qualquer compensação real, podendo configurar **enriquecimento sem causa (art. 884 do CC c/c arts. 39, V e 51, IV e §1º, II, CDC)**. Essa desconexão fragiliza a autonomia da vontade e distorce a noção de consumo consciente, reforçando a ilusão de impacto positivo.

324. Trata-se de prática que, além de iludir consumidores individualmente, possui **abrangência nacional**, pois a publicidade circulou em escala massiva, alcançando milhões de passageiros em todo o território. O caráter estrutural da desinformação evidencia que o dano não se limita à esfera individual, mas repercute sobre a confiança coletiva nas práticas de sustentabilidade e sobre a própria cidadania ambiental.

325. Diante da relevância e atualidade do tema, **impõe-se ao Poder Judiciário o reconhecimento explícito do greenwashing como prática abusiva, geradora de responsabilidade civil e sujeita à tutela coletiva, sob pena de se normalizar a instrumentalização da sustentabilidade como retórica de fachada**. A condenação pleiteada nesta ação busca justamente estabelecer um precedente pedagógico e restaurador da confiança nas relações de consumo e nas iniciativas ambientais autênticas.

IX. DO DESCUMPRIMENTO DO DEVER DE INFORMAÇÃO CLARA E ADEQUADA E DO PREVALECIMENTO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

326. Inicialmente, ao tratarmos de violações às normas consumeristas, faz-se necessário pontuar que **a defesa do consumidor é direito fundamental** insculpido no artigo 5º, inc. XXXII, da Constituição da República **e um dos princípios a serem observados para manutenção da ordem econômica constitucional**, conforme artigo 170, da Carta Magna.

327. O *caput* do art. 170 da CRFB afirma: *“A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social”*. A livre iniciativa, nestes termos, aparece com uma relação inevitável entre esta e os valores sociais protegidos.

328. A ordem econômica está posta a serviço de assegurar uma existência digna para todos e justiça social. E que, ao lado da defesa do consumidor, inciso V, devem ser observadas a função social da propriedade (inc. III) e a livre concorrência (inc. IV).

329. A atuação negocial e a publicidade da empresa Ré, por isso, está restringida pelo respeito a princípios ordenadores. A imposição de balizas, como qualquer restrição regulatória, limita em certa medida a livre iniciativa e a livre concorrência, sem que isso seja necessariamente excessivo.

330. A livre iniciativa, a livre concorrência e os direitos de propriedade, neste caso, são manejados de forma abusiva no mercado em questão, violando a ordem econômica brasileira, que deve se guiar por ditames da justiça social e da proteção ao consumidor.

331. Necessário também ressaltar a vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor de produtos e serviços, dada a assimetria de informação e de poder econômico, que, geralmente, beneficia o fornecedor em detrimento do consumidor.

332. Ante sua vulnerabilidade, a Constituição da República determina que o Estado promova a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII). O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, estabelece que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por princípio o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (art. 4º, I).

333. A vulnerabilidade do consumidor é um princípio geral que ordena a legislação consumerista a fim de garantir igualdade na relação. Tal princípio consolida uma presunção legal absoluta de vulnerabilidade de todo e qualquer consumidor, destinatário de qualquer produto ou serviço, seja ele essencial ou supérfluo.

334. Diante dessa condição, o dever de cuidado, lealdade e transparência do fornecedor para com seus consumidores também se intensifica, posto que é pressuposto de toda e qualquer relação de consumo, que seja observada a boa-fé objetiva (art. 4º, inciso III, CDC) como forma de diminuir as disparidades técnicas, informacionais, econômicas, sociais e jurídicas, de modo a equilibrar a relação de consumo.

335. Nesse sentido, buscando equilibrar essa relação entre fornecedor, detentor do conhecimento técnico e poder econômico, e consumidor, parte vulnerável, assegura o Código de Defesa do Consumidor diversos direitos e garantias, tais como: o direito à liberdade de escolha (art. 6º, II); o direito à

informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços (art. 6º, III); a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (art. 6º, IV); a facilitação da defesa do consumidor, inclusive com a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII); a proibição de publicidade enganosa ou abusiva (art. 37) e a vedação de práticas consideradas abusivas (art. 39).

336. No caso em apreço, a falha de mercado de assimetria informacional entre fornecedor e consumidor é de fácil constatação e foi verificada pelo Idec através das respostas da Gol obtidas na interpelação judicial prévia.

337. Essa assimetria informacional e engano confirmam, na prática, a **vulnerabilidade técnica dos consumidores** frente à capacidade produtiva da indústria. No caso em concreto, o benefício ambiental almejado pela participação do programa “Meu Voo Compensa” da Requerida não resta claro, principalmente porque o consumidor não detém todas as informações para saber como está auxiliando a preservação da Amazônia e mais, não havia nenhuma garantia de que os tokens de crédito de carbono foram aposentados corretamente, a partir da queima dos tokens na blockchain do ativo MCO2 da Moss.

338. Tem-se, desse modo, um terreno fértil de ignorância para a ocorrência de confusões, dado que, ocorrem na origem, ou seja, na oferta e apresentação do serviço no mercado de consumo.

339. É fato, contudo, que a empresa Ré, inserida em notável contexto de assimetria informacional, **prevalece-se da vulnerabilidade dos consumidores e intensifica o estado de enganabilidade quando, deliberadamente, coloca no mercado de consumo serviço sem as informações claras ao consumidor brasileiro, principalmente com relação ao fato do consumidor estar adquirindo um ativo financeiro, um token de carbono, que não é rastreável, já que não há nenhuma ligação direta com os projetos REDD+ que Moss intermediava a compra.**

340. É preciso destacar que, na linha do que prescreve o Código de Defesa do Consumidor, **essa estratégia configura prática abusiva** da empresa Ré, pois **se aproveita da confusão por ela mesma causada para limitar a liberdade de escolha e impingir aos consumidores um serviço que sabidamente não atinge sua finalidade.**

CDC, 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;

341. Nesse sentido, diante do cenário de desinformação, consumidores adquirem tokens de carbono, tendo como premissa a sua aposentação e a neutralização de carbono das suas viagens de avião com a Gol. Como resultado dessa prática abusiva, a empresa alega ser sustentável, dizendo ser uma empresa preocupada com o meio ambiente, quando, na realidade, não está contribuindo de maneira direta para que a sua atividade empresarial, altamente poluidora, de fato e de direito, auxilie o meio ambiente.

342. Por amor ao debate: ainda que o benefício ambiental fosse real, e mesmo pensando num ambiente em que há responsabilidade compartilhada para preservação do clima e do meio ambiente, o fato do consumidor comprar um crédito de carbono, não daria direito à Gol se utilizar da intermediação entre a compra e venda de crédito de carbono por terceiros - no caso, os consumidores -, porque a própria empresa não compensou o carbono do restante do voo daquele passageiro.

343. Em outras palavras, a própria empresa não contribuiu diretamente para que a sua atividade empresarial pudesse, de fato e de direito, ser neutralizada.

344. Ademais, é evidente que, além da prevalência da ignorância dos consumidores (art. 39, IV, CDC), há **violação do dever de informação**.

345. Isso pois, se do alto do conhecimento técnico adquirido pela empresa acerca das informações técnicas do serviço, a escolha por não repassar as informações adequadas e claras aos consumidores configura verdadeira omissão em informar o consumidor, violando diretamente o art. 6º e 31 do CDC. Vejamos:

CDC, 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;

(...)

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

346. Importante pontuar que o **acesso à informação** é direito garantido sob *status* constitucional pelo art. 5º, XIV, da Carta Magna, podendo o cidadão exercê-lo contra o Estado e contra as empresas, que também devem

respeitar os direitos humanos e sociais, aspecto que interessa sobremaneira às relações de consumo. Conforme leciona Maria Cecília Cury Chaddad o direito à informação se relaciona com o conceito de liberdade e o **exercício do direito de escolha**:

“Com efeito, a concepção clássica do direito à informação está intimamente ligada ao conceito de liberdade, sendo certo que **o exercício do direito de escolha, um importante pilar das regras de defesa do consumidor, dependeria indubitavelmente da possibilidade concreta de se exercer tal opção, o que se dá somente quando são disponibilizados, ao consumidor, dados suficientes para tanto.**”⁶⁵ (grifo nosso)

347. O direito à liberdade é direito fundamental e de personalidade e deve ser considerado à luz da dignidade humana, que permeia todo o ordenamento jurídico, inclusive o direito do consumidor.

348. A prática mercadológica ora denunciada, assim, afeta direitos constitucionalmente assegurados aos consumidores. A empresa Ré não apenas deixa de prestar informações adequadas e claras aos consumidores, mas também criam condições para que esses direitos não sejam efetivados.

349. Veja-se que há verdadeiro fechamento de um ciclo de desinformação e engano. A fornecedora se omite quanto à prestação adequada, clara e ostensiva da informação, havendo precedentes do Superior Tribunal de Justiça sobre o tema:

PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. DIREITO À INFORMAÇÃO. ARTS. 6º, III, e 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DIMINUIÇÃO NA QUANTIDADE E PESO DE PRODUTO. **OSTENSIVIDADE DE ADVERTÊNCIA NÃO CARACTERIZADA. PRINCÍPIOS DA TRANSPARÊNCIA, BOA-FÉ OBJETIVA, SOLIDARIEDADE E VULNERABILIDADE. CAVEAT EMPTOR.**

1. Trata-se, na origem de Ação Ordinária com pedido de Tutela Antecipada, em desfavor da União objetivando anulação de processo administrativo ou, sucessivamente, redução de multa administrativa aplicada à empresa em razão de violação ao Código de Defesa do Consumidor e à Portaria 81/2002 do Ministério da Justiça, notadamente por ter comercializado biscoito com redução de peso sem a devida ostensividade da informação no rótulo do produto e sem diminuição proporcional no preço.

2. Informação é um dos direitos básicos do consumidor, talvez o mais elementar de todos na classe dos instrumentais (em contraste com direitos substantivos, como proteção da saúde e segurança), daí a sua expressa prescrição pelo art. 5º, XIV, da Constituição de 1988: “é assegurado a todos o acesso à informação

⁶⁵ CHADDAD, M.C.C., *Rotulagem de alimentos: o direito à informação, à proteção da saúde e à alimentação da população com alergia alimentar*. Curitiba: Juruá, 2014, p. 73 , p. 62.

e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional". Consoante o CDC, é direito básico do consumidor "a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço" (art. 6º, III, do CDC). Nesse direito instrumental se encontra, sem exagero, um dos baluartes do microssistema e da própria sociedade pós-moderna, **ambiente no qual também se insere a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (CDC, arts. 6º, IV, e 37).**

3. A falta ou a deficiência material ou formal de informação não só afrontam o texto inequívoco e o espírito do CDC, como também agredem o próprio senso comum, sem falar que **convertem o dever de informar em dever de informar-se, ressuscitando, ilegítimamente e contra legem, a arcaica e renegada máxima caveat emptor (= o consumidor que se cuida).**

4. Por expressa disposição legal, só respeitam o princípio da transparência e da boa-fé objetiva, em sua plenitude, as **informações que sejam "corretas, claras, precisas, ostensivas" e que indiquem, nessas mesmas condições, as "características, qualidades**, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados" do produto ou serviço, objeto da relação jurídica de consumo (art. 31 do CDC, grifo acrescentado). Logo, em tese, o tipo de fonte e localização de restrições, condicionantes, advertências e exceções devem ter destaque, sob pena de violação do dever de ostensividade.

5. Recurso Especial provido.

(REsp 1447301/CE, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 08/11/2016, DJe 26/08/2020) (grifos nossos)

RECURSO ESPECIAL E AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA. DIREITO DO CONSUMIDOR. INTERNET. BANDA LARGA. VELOCIDADE. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS. EFEITOS DA OMISSÃO. BOA FÉ OBJETIVA E PROTEÇÃO DA CONFIANÇA LEGÍTIMA. PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. ARTS. 4º, III, E 35 DO CDC. REEXAME NECESSÁRIO. ART. 19 DA LEI 4.717/65. SUCUMBÊNCIA. OCORRÊNCIA. EFEITOS DA SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. EXTENSÃO. ERGA OMNES.

1. Cuida-se de ação coletiva de consumo, ajuizada pelo recorrente em face da agravante, na qual sustenta que a agravante pratica publicidade enganosa, pois noticia apenas a velocidade informada como referência da banda larga, que não é equivalente àquela garantida e efetivamente usufruída pelos consumidores ao utilizarem o serviço de acesso à internet.

2. (...)

3. (...)

5. **O princípio da transparência (art. 6, III, do CDC) somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao consumidor de forma adequada, clara e especificada, a fim de garantir-lhe o exercício do consentimento informado ou vontade qualificada.**

6. (...)

7. (...)

8. (...)

9. (...)

10. (...)

11. **A publicidade, da forma como divulgada - sobretudo quando contenha elementos capazes de iludir o consumidor -, tem os mesmos efeitos de uma oferta ao público, prevista no art. 429 do CC/02, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada. Precedentes.**

12. **A definição dos efeitos da publicidade enganosa sobre o contrato de consumo tem como norte os princípios da boa-fé objetiva e o da proteção da confiança e da expectativa legítima, sendo averiguados de forma proporcional e razoável, com a harmonização e compatibilização, vislumbrada no art. 4º, III, do CDC, da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico.**

13. (...)

14. (...)

15. (...)

16. (...)

(REsp 1540566/SC, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 11/09/2018, DJe 18/09/2018 - grifos e supressões pelo autor)

DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. FATO DO PRODUTO. DERMATITE DE CONTATO. MAU USO DO PRODUTO. CULPA EXCLUSIVA DA VÍTIMA.

INOCORRÊNCIA. ALERGIA - CONDIÇÃO INDIVIDUAL E ESPECÍFICA DE HIPERSENSIBILIDADE AO PRODUTO. DEFEITO INTRÍNSECO DO PRODUTO.

INOCORRÊNCIA. DEFEITO DE INFORMAÇÃO. DEFEITO EXTRÍNSECO DO PRODUTO.

FALTA DE INFORMAÇÃO CLARA E SUFICIENTE. VIOLAÇÃO DO DEVER GERAL DE SEGURANÇA QUE LEGITIMAMENTE E RAZOAVELMENTE SE ESPERAVA DO PRODUTO.

MATÉRIA FÁTICO PROBATÓRIA. SÚM 7/STJ. SÚM 283/STF.

1. Não ocorre violação ao art. 535 do Código de Processo Civil quando o Juízo, embora de forma sucinta, aprecia fundamentadamente todas as questões relevantes ao deslinde do feito, apenas adotando fundamentos divergentes da pretensão do recorrente. Precedentes.

2. O uso do sabão em pó para limpeza do chão dos cômodos da casa, além da lavagem do vestuário, por si só, não representou conduta descuidada apta a colocar a consumidora em risco, uma vez que não se trata de uso negligente ou anormal do produto.

3. A informação é direito básico do consumidor (art. 6º, III, do CDC), tendo sua matriz no princípio da boa-fé objetiva, devendo, por isso, **ser prestada de forma inequívoca, ostensiva e de fácil compreensão, principalmente no tocante às situações de perigo.**

4. **O consumidor pode vir a sofrer dano por defeito (não necessariamente do produto), mas da informação inadequada ou insuficiente que o acompanhe, seja por ter informações**

deficientes sobre a sua correta utilização, seja pela falta de advertência sobre os riscos por ele ensejados.

5. Na hipótese, como constatado pelo Juízo a quo, mera anotação pela recorrente, em letras minúsculas e discretas na embalagem do produto, fazendo constar que deve ser evitado o "contato prolongado com a pele" e que "depois de utilizar" o produto, o usuário deve lavar, e secar as mãos, não basta, como de fato no caso não bastou, para **alertar de forma eficiente a autora, na condição de consumidora do produto, quanto aos riscos desse.** Chegar à conclusão diversa quanto ao defeito do produto pela falta de informação suficiente e adequada demandaria o reexame do contexto fático-probatório dos autos, o que encontra óbice na Súmula nº 07 do STJ.

6. É inadmissível o recurso extraordinário quando a decisão recorrida assenta em mais de um fundamento suficiente e o recurso não abrange todos eles, nos termos da Súmula 283 do STF.

7. A admissibilidade do recurso especial, na hipótese da alínea "c" do permissivo constitucional, exige a indicação das circunstâncias que identifiquem ou assemelhem os casos confrontados, mediante o cotejo dos fundamentos da decisão recorrida com o acórdão paradigma, a fim de demonstrar a divergência jurisprudencial existente (arts. 541 do CPC e 255 do RISTJ).

8. Recurso especial a que se nega provimento.

(REsp 1358615/SP, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 02/05/2013, DJe 01/07/2013)

350. Os casos citados ilustram exatamente o quanto é repudiada pela jurisprudência a situação narrada nos autos.

351. O programa "Meu voo compensa" transforma o dever de informar em dever do consumidor informar-se.

352. Diante da confusão criada e da falta de informação clara, adequada e ostensiva acerca dos reais impactos ambientais das ações divulgadas, verificou-se que consumidores foram induzidos a acreditar que suas contribuições resultariam em efetiva neutralização das emissões de CO₂ dos voos. A mensagem veiculada, sem qualquer comprovação técnica robusta, gerou falsa percepção de benefício ambiental e distorceu o processo de tomada de decisão dos consumidores, que confiaram em alegações não demonstradas.

353. Importa destacar que a Gol não apenas divulgou tais mensagens, como lucrou com elas, ao promover a imagem sustentável e vender compensações ambientais cuja eficácia não foi comprovada. A narrativa de sustentabilidade – materialmente infundada – tornou-se, assim, elemento de monetização, convertendo a confiança dos consumidores em receita direta para a empresa.

354. Portanto, é de suma importância que este MM. Juízo reconheça a ilegalidade da prática comercial adotada pela ré, consistente na veiculação de alegações ambientais imprecisas, incompletas e potencialmente enganosas, por violação ao Código de Defesa do Consumidor, dada a violação do direito à informação clara e adequada, a publicidade enganosa por omissão e por exagero bem como o prevalecimento da vulnerabilidade do consumidor pela Ré, que não dispõe de meios técnicos para verificar a veracidade das promessas ambientais divulgadas.

X. DO DANO MORAL COLETIVO

355. A dimensão coletiva do dano é evidente: milhões de consumidores foram expostos a uma publicidade ambiental enganosa, em um setor — a aviação — especialmente sensível no debate sobre mudança climática. As omissões e contradições detectadas não são pontuais, mas estruturais, afetando a legitimidade da proposta como um todo e exigindo resposta judicial contundente para proteção da cidadania ecológica e da confiança nas relações de consumo.

356. A relevância coletiva do dano — de natureza difusa — impõe a atuação judicial em sede de **tutela coletiva**, nos termos do **art. 81, I, c/c art. 82, IV do CDC e art. 5º, V da Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85)**. A legitimidade do IDEC é inconteste e foi exercida de forma diligente, inclusive mediante interpelação judicial prévia à empresa, cuja resposta apenas confirmou a falta de transparência e aprofundou as contradições do programa.

357. A responsabilização civil da ré decorre do **art. 6º, VI do CDC**, que garante ao consumidor a efetiva prevenção e reparação dos danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos. O pedido de condenação por danos morais coletivos é cabível diante da afronta a valores fundamentais da sociedade — como a proteção ambiental, a educação para o consumo sustentável e a confiança nas instituições —, cujo abalo transcende a esfera individual.

358. O valor pleiteado busca refletir não apenas a gravidade da violação, mas também o alcance nacional da prática e sua reiteração, servindo como instrumento de dissuasão de condutas similares no setor aéreo e em outros mercados lucrativos que instrumentalizam a pauta ambiental. Neste ponto, é importante informar que *"a empresa prevê para este ano receita líquida entre R\$ 22,1 bilhões e R\$ 22,7 bilhões - após um faturamento de R\$ 19,1 bilhões*

em 2024 - e Ebitda recorrente entre R\$ 5,7 bilhões e R\$ 5,9 bilhões, acima dos R\$ 5,26 bilhões do ano passado".⁶⁶

359. Tais cifras evidenciam a plena capacidade financeira da ré e reforçam a necessidade de que a indenização tenha efeito dissuasório proporcional, conforme entendimento consolidado do STJ em ações coletivas com base na função pedagógica da sanção, essencial no enfrentamento das práticas de *greenwashing*. O caráter educativo da sanção visa não apenas a reparação simbólica da lesão, mas o desestímulo a condutas empresariais que banalizam compromissos ambientais como ferramenta de marketing. Trata-se de preservar a credibilidade das políticas de sustentabilidade e de assegurar um ambiente informacional íntegro no mercado de consumo.

360. Ressalte-se, ainda, que a ré é uma das maiores companhias aéreas do país, com relevante inserção no setor, o que reforça a necessidade de sanção proporcional à sua estrutura econômica e ao impacto sistêmico de suas práticas. Uma condenação inexpressiva não apenas frustraria a função reparatória e dissuasória da indenização, como transmitiria mensagem equivocada quanto à tolerância institucional com abusos informacionais em matéria ambiental.

361. Diante disso, mostra-se plenamente justificada a atuação do Poder Judiciário para coibir tais práticas, prevenir sua repetição e garantir a reparação moral difusa e a transparência nas relações de consumo.

362. A conduta da GOL, além de configurar violação à boa-fé objetiva e ao dever de informação, enseja a condenação por **dano moral coletivo**, instituto já consolidado na jurisprudência pátria. Conforme pacificado pelo STJ em sede de recurso repetitivo⁶⁷, o dano moral coletivo não exige a demonstração de sofrimento psíquico individual, mas decorre da lesão a valores fundamentais da coletividade.

⁶⁶ Reportagem disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/gol-tem-ebitda-recorrente-de-r154-bi-no-1o-tri/> Acesso em: 29 jul 2025.

⁶⁷ "Em relação ao dano moral, seu viés coletivo decorre da injusta lesão à valores difusos de uma dada comunidade, os quais ostentam natureza transindividual e extrapatrimonial, a exemplo da segurança no trânsito, do meio ambiente equilibrado, da ordem econômica e da saúde, como ocorre na espécie. Sua configuração independe de repercussões internas aos indivíduos ou de intranquilidade social, sendo de natureza presumida (*in re ipsa*). Essa forma de conceber o dano moral baseia-se na ideia de que a finalidade do instituto é viabilizar a tutela de direitos insuscetíveis de apreciação econômica, cuja violação não se pode deixar sem resposta judicial, ainda quando não produzam desdobramentos de ordem material ou psíquica." (REsp 1.908.497/RN, Rel. Min. Teodoro Silva Santos, Primeira Seção, DJEN 04.12.2024).

363. No presente caso, o dano ultrapassa a esfera patrimonial e alcança a própria **cidadania ambiental**, ao induzir milhões de consumidores em erro sobre a efetividade de práticas de compensação climática. A ilusão gerada pela publicidade enganosa não apenas comprometeu decisões individuais de consumo, mas também fragilizou valores sociais difusos — como a credibilidade das iniciativas de sustentabilidade, a confiança no mercado verde e o processo educativo voltado à mitigação da crise climática.

364. O caráter difuso do dano também se evidencia pela **abrangência nacional da prática**, amplamente divulgada pela ré em seus canais digitais e presenciais, o que assegura sua repercussão sobre número indeterminado de consumidores. A lesão, portanto, não se limita a prejuízos materiais ou informacionais, mas afeta diretamente a integridade do ambiente regulatório de consumo, minando a confiança coletiva em alegações ambientais.

365. A condenação por dano moral coletivo cumpre função **pedagógica e dissuasória**, essencial em setores econômicos de grande visibilidade, como o transporte aéreo. A ausência de resposta contundente estimularia a reiteração de práticas abusivas semelhantes, naturalizando o uso oportunista da pauta climática como instrumento de marketing empresarial. A indenização, revertida ao Fundo de Defesa dos Direitos Difusos (art. 13 da Lei 7.347/85), terá não apenas caráter reparatório simbólico, mas também a finalidade de promover projetos voltados à educação ambiental e à proteção dos consumidores, alinhando a resposta judicial ao interesse público.

366. Diante disto, requeremos a condenação da ré ao pagamento de indenização por danos morais coletivos, **em valor não inferior a R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**. Com efeito, o montante ora pleiteado como indenização mínima, corresponde a **menos de 0,1% do EBITDA recorrente anual da ré** (R\$ 5,05 bilhões em 2023; R\$ 5,26 bilhões em 2024; e projeção de R\$ 5,7–5,9 bilhões para 2025). Tal percentual demonstra a absoluta capacidade financeira da companhia para suportar condenação em valor muito superior, sem qualquer risco à sua continuidade operacional.

367. Por isso, o valor aqui requerido deve ser considerado apenas como piso da reparação coletiva, cabendo a este Juízo, em observância à gravidade da lesão, ao alcance nacional da prática abusiva e à função pedagógica da sanção, fixar indenização em patamar que entenda compatível com a dimensão econômica da demandada e com o dano difuso causado à coletividade.

XI. DA NECESSIDADE DE INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

368. Impõe-se, no presente caso, a inversão do ônus da prova, nos termos do art. 6º, VIII, do CDC. Trata-se de típica relação de consumo marcada por acentuada assimetria informacional: a ré detém o monopólio sobre os dados técnicos e comerciais relacionados ao programa “Meu Voo Compensa”, sendo a única capaz de comprovar a metodologia de cálculo de emissões, a precificação adotada, os contratos celebrados com intermediadoras, bem como os documentos que comprovem a efetiva aquisição e aposentadoria dos créditos de carbono.

369. A hipossuficiência informacional dos consumidores — característica estrutural das relações de consumo e aqui considerada em sua dimensão coletiva — justifica a redistribuição do encargo probatório.

370. Cabe à GOL, portanto, comprovar que suas alegações ambientais possuem respaldo técnico, rastreabilidade documental e consistência jurídica. Não se pode admitir que alegações de impacto climático positivo, amplamente divulgadas com fins comerciais, estejam blindadas ao escrutínio judicial por ausência de comprovação.

371. Importa ressaltar que o contraditório substancial já foi oportunizado em sede judicial. Relembre-se, ainda, que o IDEC promoveu **interpelação judicial prévia**, oportunizando à empresa a apresentação dos dados técnicos, planilhas, contratos e certificados que embasariam suas alegações ambientais. Entretanto, as respostas recebidas foram genéricas, insuficientes e, em alguns pontos, contraditórias. A empresa **se recusou a apresentar documentos essenciais**, como contratos com a Moss Earth, notas fiscais de aquisição dos tokens MCO2 e certificados de aposentadoria dos créditos, limitando-se a fornecer declarações autoatribuídas sem valor probatório.

372. Essa conduta revela que a empresa não apenas descumpriu o dever de transparência previsto no art. 36, parágrafo único, do CDC — que impõe ao fornecedor o dever de manter, à disposição dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que sustentam a mensagem publicitária — como também demonstrou **estratégia de resistência informacional**, preferindo aguardar nova judicialização em vez de esclarecer suas práticas. A recusa injustificada em apresentar tais elementos comprobatórios evidencia não apenas a necessidade de inversão do ônus da prova, mas também a prática de *greenwashing*.

373. Saliente-se que, nos termos do Protocolo para julgamento de ações ambientais do CNJ, são dois os critérios que asseguram que o magistrado

possa modificar o equilíbrio originário da relação de distribuição de cargas probatórias, podendo fazê-lo visando à facilitação da prova e guiando-se por uma autorização legal de tratamento diferenciado das vulnerabilidades.

374. Neste ponto, o STJ já reconheceu⁶⁸ que a inversão do ônus da prova pode ser aplicada em ações coletivas de consumo, considerando a hipossuficiência de associações de defesa dos consumidores como substitutas processuais.

375. Portanto, não há dúvidas quanto ao seu cabimento e necessário deferimento pelo Poder Judiciário.

A CONCLUSÃO

XII. OS PEDIDOS & REQUERIMENTOS

376. Diante de todo o exposto, o Idec requer a total **procedência** desta Ação Civil Pública julgando-se a presente demanda **no mérito**, para:

- a) O reconhecimento, a declaração e a condenação a Gol de que as práticas da Ré presente nos programas "Meu Voo Compensa", "Rotas 100% Carbono Neutro" e "Avião Verde da Gol", **configuram publicidade enganosa e prática de greenwashing**, em violação aos arts. 6º, III e IV, 30, 31 e 37, do Código de Defesa do Consumidor, e aos princípios da transparência e da boa-fé objetiva;
- b) condenar a ré à **obrigação de não fazer**, consistente em **abster-se de oferecer, divulgar ou comercializar qualquer programa de compensação de carbono** enquanto não forem previamente comprovadas, por documentos auditáveis, as metodologias de cálculo de emissões, precificação, rastreabilidade e aposentadoria dos créditos de carbono utilizados, sob pena de multa;
- c) condenar a ré à **obrigação de fazer**, para que, em **contrapropaganda**, a ré publique, em seus canais oficiais e **pelo período mínimo de 60 (sessenta) dias, comunicado de esclarecimento e retratação pública**, com linguagem acessível, descrevendo os problemas identificados no programa "Meu Voo Compensa", "Rotas 100% Carbono Neutro" e "Avião Verde da Gol", inclusive com menção à condenação na presente ação e informação de suspensão definitiva do programa ou qualquer outra iniciativa de

⁶⁸ AgInt no REsp 1.931.435/MS, Rel. Min. João Otávio de Noronha, Quarta Turma, DJEN 10.03.2025.

compensação de carbono até eventual reformulação com base técnica e jurídica adequada;

c.1) condenar a ré à **obrigação de fazer** consistente em **remover a utilização de linguagens, pinturas ou marcas que impliquem compromisso ou neutralização ambiental do "Avião Verde da Gol"**, frente a ausência de evidências, indicadores ou programas ambientais que sustentem a veracidade da mensagem divulgada, além da devida comprovação, de forma auditável e da efetividade e integridade ambiental de sua frota e de seus programas de compensação;

d) a **exibição imediata e integral em juízo de todos os documentos relevantes** vinculados ao programa, incluindo contratos com a empresa Moss, termos de parceria, planilhas de cálculo de emissões, notas fiscais e comprovantes de compra dos tokens MCO2, certificados de aposentadoria de créditos, relatórios técnicos, pareceres, auditorias e demais informações eventualmente omitidas;

e) a **condenação da ré ao pagamento de indenização por danos morais coletivos**, em valor não inferior a **R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**, a ser revertido ao Fundo de Defesa dos Direitos Difusos, nos termos do art. 13 da Lei 7.347/85, a fim de assegurar destinação pública à reparação de dano moral coletivo de ordem difusa, em razão da gravidade da lesão, da abrangência nacional do dano e da função pedagógica da sanção.

f) **condenar à Ré ao pagamento de taxas judiciárias, custas, despesas processuais, honorários de sucumbência** e demais consectários processuais, ex vi do art. 19 da LACP c.c. o art. 85 do CPC;

377. A citação da Ré, por intermédio de seus representantes legais, para, querendo, apresentar defesa, sob pena de revelia e presunção de veracidade das alegações de fato formuladas;

378. A publicação do edital no Diário de Justiça Eletrônico Nacional (DJEN) a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, sem prejuízo de ampla divulgação pelos meios de comunicação social por parte dos órgãos de defesa do consumidor, nos termos do art. 94 do CDC; e.

379. A intimação do Ministério Público (MP) como "*custos legis*" (CDC, art. 92);

380. A produção de todos os meios de prova admitidos em direito, em especial prova documental suplementar, sem prejuízo de outras que se fizerem necessárias além das já pré-constituídas e, para aquelas impossíveis de serem obtidas pelo autor que, no curso da instrução, seja concedida a inversão do ônus da prova, nos termos do art. 6º, VIII do CDC, dada a vulnerabilidade da pessoa consumidora e a verossimilhança das alegações;

381. O Idec informa que não têm interesse na audiência de conciliação (CPC, art. 319, VII c.c. o art. 334, caput do CPC).

382. Outrossim, requer-se que o processamento da presente ação se dê independentemente do recolhimento de quaisquer custas pelo Autor, por gozar da ampla isenção conferida pelo art. 87 do CDC c.c. o art. 18 da Lei da Ação Civil Pública.

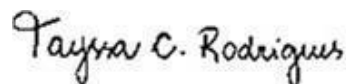
383. Finalmente, pugna-se sejam **sempre** as intimações, notificações, publicações e demais comunicações processuais de praxe, para que válidas, vinculativas e regulares, realizadas, **EXCLUSIVAMENTE**, em nome do Dr. **CHRISTIAN TÁRIK PRINTES, OAB/SP 316.680**, sob pena de nulidade processual absoluta dos ulteriores atos que vierem a ser praticados no curso da demanda, consoante exegese processual do art. 272, § 5º, c.c. art. 280, ambos do Código Fux (cf. STJ – REsp: 1577282 MA 2015/0327496-5, Rel. Min. NAPOLEÃO NUNES MAIA FILHO, DJ 02/10/2018).

384. Dá-se à causa o valor de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

Nestes termos, pede e espera pelo deferimento.
São Paulo, **27** de **novembro** de **2025**.



CHRISTIAN TARIK PRINTES
OAB/SP 316.680



TAYSSA CRISTINE RODRIGUES
OAB/SP 535.458

LISTA DE DOCUMENTOS

DOC. 01	Certidão Resumida do Idec;
DOC. 02	Estatuto Social do Idec;
DOC. 03	Ata da Assembleia Geral;
DOC. 04	Cartão CNPJ;
DOC. 05	Quadro de Sócios e Administradores;
DOC. 06	Ato de Indicação e Nomeação da Coordenação Executiva;
DOC. 07	Termo de Posse do Conselho Diretor do Idec;
DOC. 08	Procuração Ad Judicia;
DOC. 09	Cartão CNPJ da GOL;
DOC. 10	Cópia integral da ação de Interpelação Judicial;
DOC. 11	Nota Técnica do MPF/DPU e DPE/PA;
DOC.12	Relatório ESG da Gol de 2025, referente as atividades de 2024.;