

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
MESTRADO ACADÊMICO EM TURISMO

**RELAÇÃO JURÍDICA ENTRE AGÊNCIAS DE TURISMO
E TURISTAS-CONSUMIDORES**
Problemas e Conflitos em Porto Alegre/RS

ANDREA MONLLEO MARTINS DA SILVA

CAXIAS DO SUL

2006

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
MESTRADO ACADÊMICO EM TURISMO

**RELAÇÃO JURÍDICA ENTRE AGÊNCIAS DE TURISMO
E TURISTAS-CONSUMIDORES**
Problemas e Conflitos em Porto Alegre/RS

Andrea Monlleo Martins da Silva

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Turismo, na área de concentração “Desenvolvimento do Turismo” e linha de pesquisa “Turismo e Hotelaria: Organização e Gestão”, sob a orientação da Professora Doutora Mirian Rejowski.

CAXIAS DO SUL

2006

ANDREA MONLLEO MARTINS DA SILVA

**RELAÇÃO JURÍDICA ENTRE AGÊNCIAS DE TURISMO
E TURISTAS-CONSUMIDORES**
Problemas e Conflitos em Porto Alegre/RS

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Turismo, na área de concentração “Desenvolvimento do Turismo” e linha de pesquisa “Turismo e Hotelaria: Organização e Gestão”.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Mirian Rejowski (Orientadora)

CAXIAS DO SUL

2006

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Doutora Mirian Rejowski, pelo empenho em me auxiliar na interface entre o Turismo e o Direito e pela paciência em todos os momentos.

Aos professores do Programa que sempre me fizeram crescer com seu conhecimento.

Aos colegas da Turma IV pela convivência, amizade e troca de experiências.

Aos funcionários da Pós-Graduação por sua atenção e presteza.

Ao meu marido, meus pais e meu irmão, pelo incondicional apoio e compreensão.

A todos que contribuíram direta ou indiretamente para o êxito desta pesquisa.

RESUMO

A dissertação de Mestrado intitulada “Relação Jurídica entre Agências de Turismo e Turistas-Consumidores - Problemas e Conflitos em Porto Alegre/RS” aborda a relação jurídica existente entre agências de turismo (prestador de serviços turísticos) e turistas (consumidor). Este estudo inicia com uma síntese evolutiva da legislação turística. Nesse sentido, aborda aspectos marcantes da legislação turística brasileira ao longo dos tempos, dando maior ênfase àquelas que dispõem sobre agências de turismo, e também àquelas de relevância no regime jurídico atual. Em seguida, aborda a Relação Jurídica e Turismo, a partir de dois subitens. O primeiro refere-se às partes envolvidas nessa relação, ou seja, a agência de turismo e o turista. O segundo estuda a relação jurídica existente entre agências e turistas, a partir da caracterização da mesma e das consequências dessa relação, seja quanto aos aspectos gerais dos contratos, contratos eletrônicos ou, ainda, em deveres acessórios. Após este estudo teórico, parte-se para a pesquisa de campo, que foi realizada junto aos cartórios das varas cíveis e juizados especiais cíveis do Fórum Central de Porto Alegre. Esta análise permitiu fazer uma caracterização geral dos processos envolvendo agências de turismo, para em seguida assinalar as ações judiciais em andamento entre agências de turismo e turistas-consumidores. Por meio deste estudo foi possível analisar os problemas e conflitos existentes nesta relação, bem como propor medidas para a minimização destes conflitos.

Palavras-chave: Turismo e Direito; Direito do Consumidor; Agência de Turismo; Turista; Relação Jurídica; Conflitos e Soluções; Porto Alegre; Rio Grande do Sul; Brasil.

ABSTRACT

The work entitled “Juridical Relation between Travel Agencies and Tourists-Consumers – Problems and Conflicts in Porto Alegre/RS” concerns the juridical relations between travel agencies (provider of tourism services) and tourists (consumer). This study begins with an evolutionary synthesis of tourism-related laws, giving greater importance to those regarding travel agencies and to the ones applicable in the current legal system. Next, it examines the Juridical Relations and Tourism, in two sections. The first refers to the parties involved in this relation, that is, the travel agency and the tourist. The second studies the juridical relation between travel agencies and tourists, its characteristics and consequences, in general aspects of contracts, electronic contracts and accessory obligations. After this theoretical study, a field research was conducted in the Central Civil Court of Porto Alegre. This research allowed a general description of lawsuits including travel agencies as one of the parties, to then establish which disputes include travel agencies and tourists-consumers. With this study it was possible to analyze the existing problems in this relation and also to develop measures to minimize these conflicts.

Keywords: Tourism and Law; Consumer Law; Travel Agency; Tourist; Juridical Relation; conflicts and solutions; Porto Alegre; Rio Grande do Sul; Brazil.

SUMÁRIO

Resumo	iv
Abstract	v
1 INTRODUÇÃO	1
2 AGÊNCIAS DE TURISMO, TURISTAS E DIREITO	5
2.1 Legislação Turística: Uma Síntese Evolutiva	5
2.2 Relação Jurídica e Turismo	9
2.2.1 Agência de Turismo	9
2.2.2 Turista	12
2.3 Relação de Consumo	15
2.3.1 Caracterização	15
2.3.2 Responsabilidade	16
2.3.3 Aspectos Gerais dos Contratos	17
2.3.4 Contratos Eletrônicos	20
2.3.5 Deveres Acessórios	24
3 AGÊNCIAS DE TURISMO E TURISTAS EM PORTO ALEGRE/RS: Problemas e Conflitos	29
3.1 Caracterização Geral dos Processos	29
3.2 Caracterização das Ações Judiciais em andamento entre Agên- cias de Turismo e Turistas/Consumidores	35
3.2.1 Problemas e Conflitos	40
3.2.2 Medidas para Minimização de Conflitos	58
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

1 INTRODUÇÃO

Unindo a formação acadêmica em Direito com os estudos de Pós-Graduação no Mestrado em Turismo desta Universidade, delimitou-se, como tema central da pesquisa, as *Relações Jurídicas e Turismo*, enfocando-se particularmente as *agências de turismo* e os *turistas*. Com isso, pode-se então formular o problema de pesquisa através de uma questão central, que vem a ser qual a relação jurídica entre as agências de turismo, enquanto prestadoras de serviços turísticos, e os turistas, enquanto consumidores destes, decorrente das viagens turísticas. Como questões específicas, têm-se quais problemas ocorrem freqüentemente na relação entre agências de turismo e turistas, a classificação jurídica de tais relações e por fim, de que forma os conflitos destas relações podem ser minimizados.

Os objetivos da pesquisa foram divididos entre geral e específicos. O objetivo geral é o de identificar e analisar a relação jurídica existente entre agência de turismo (prestador de serviços turísticos) e turista (consumidor). Como objetivos específicos têm-se: levantar os problemas oriundos do vínculo entre as partes envolvidas; sistematizar e categorizar os aspectos jurídicos que permeiam estas relações e propor medidas para a minimização dos conflitos, a serem tomadas por ambas as partes.

O grande desenvolvimento do turismo nas últimas décadas fez desta atividade uma das mais importantes do mundo. No Brasil, a criação do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078) no início da década de 1990, estabeleceu novas normas de responsabilização dos fornecedores de produtos e serviços frente ao cliente, criando relações mais estreitas entre as partes envolvidas no processo. A relação entre empresas turísticas e turistas, particularmente envolvendo agências de turismo, é de extrema importância para o sistema turístico, por isso, faz-se necessário estabelecer uma interface entre o Direito e o Turismo para se fazer uma análise profunda deste vínculo.

Este estudo trará uma contribuição principalmente aos profissionais do Turismo, que buscam um melhor entendimento do tema. Também pretende proporcionar uma integração entre as áreas do Turismo e Direito. Este último, embora seja um componente muito comentado do Sistema de Turismo, ainda é pouco estudado como tal. Esta pesquisa ainda pretende motivar novos estudos na área, além de auxiliar estudantes, tanto em nível de graduação como de pós-graduação, para que tenham uma formação mais completa e aprimorada.

Ao tratar da metodologia de pesquisa, pode-se dizer que este estudo caracteriza-se como exploratório-descritivo, cuja pesquisa de campo foi realizada junto aos cartórios das varas cíveis e juizados especiais cíveis do Fórum Central de Porto Alegre. A escolha desta localidade deve-se ao fato da mesma concentrar o maior número de agências de turismo do Estado e também pela autora residir nesse município. Desenvolveu-se a pesquisa nas seguintes etapas:

- Levantamento, análise e sistematização de bibliografia sobre legislação turística, com ênfase às normativas referentes às agências de turismo; aspectos da relação

jurídica em turismo, enfocando as agências de turismo e os turistas como as partes nela envolvidas, a caracterização e conseqüências da relação de consumo entre essas partes.

- Pesquisa documental, resgatando e categorizando os processos judiciais em andamento no período da pesquisa, nos quais as agências de turismo figuram como uma das partes envolvidas (autoras ou rés), realizado em duas etapas:
 - Levantamento dos processos de 1º grau¹ em andamento no Fórum Central de Porto Alegre, realizado na data de 17/03/2005 por meio de pesquisa pelo nome das partes, através do *site* do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul (http://www.tj.rs.gov.br/site_php/consulta/index.php, onde foram utilizados os critérios “agência”, e “viagens”, isto é, foram pesquisados os processos em que uma das partes tenha em seu nome as palavras “agência” e “viagens”, sendo que o sistema de buscas retornou dados com as palavras “agência”, “viagem” e “viagens”. Em seguida, ainda através da página do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul – Acompanhamento Processual, procedeu-se à verificação dos dados de cada processo previamente encontrado, momento em que foi feita uma pré-análise das partes envolvidas em cada um daqueles processos. Saliente-se que esta pré-análise foi efetuada buscando uma filtragem dos dados para a conservação na pesquisa apenas dos processos envolvendo as Agências de Viagem e Turismo de um lado, e consumidores ou outros fornecedores de serviços turísticos de outro. Neste sentido, foram eliminados os processos claramente identificados como não pertinentes ao estudo em pauta (por exemplo, processos fiscais - em que

¹ Processos que ainda não estão em nível de recurso.

são partes Agências e o Estado do Rio Grande do Sul ou a Prefeitura Municipal de Porto Alegre).

- A segunda etapa, executada durante o mês de junho de 2005, constou de uma análise do processo em si, feita nas dependências das Varas em que os processos estão ou estavam em andamento, com o intuito de realizar-se uma classificação final dos mesmos, gerando subsídios para a próxima fase.

Os dados coletados foram tratados no programa Excel, configurando tabelas e gráficos. Esses resultados são descritos e analisados em dois tópicos: Caracterização Geral dos Processos e Caracterização das Ações Judiciais em Andamento entre Agências de Turismo e Turistas-Consumidores. Com base nestas análises foram levantadas medidas de minimização de conflitos.

Nas Considerações Finais, retomam-se os objetivos propostos e destacam-se os principais resultados e conclusões.

2 AGÊNCIAS DE TURISMO, TURISTAS E DIREITO

Esta parte do presente estudo trata das agências de turismo, turistas e o Direito, iniciando por uma síntese evolutiva da legislação turística. Nesse sentido, aborda aspectos marcantes da legislação turística brasileira ao longo dos tempos, dando maior ênfase àquelas que dispõem sobre agências de turismo, e também àquelas de relevância no regime jurídico atual, ou seja, o que se encontra vigente.

Em seguida, aborda a Relação Jurídica e Turismo, a partir de dois subitens. O primeiro refere-se às partes envolvidas nessa relação, ou seja, a agência de turismo e o turista. O segundo estuda a relação jurídica existente entre agências e turistas, a partir da caracterização da mesma e das conseqüências dessa relação, seja nos aspectos gerais dos contratos, em contratos eletrônicos ou, ainda, em deveres acessórios.

2.1 LEGISLAÇÃO TURÍSTICA: UMA SÍNTESE EVOLUTIVA

De acordo com Ferraz (1992, p.30), a primeira alusão legal a uma atividade turística no País ocorreu no Decreto-Lei 406 de 1938, que dispunha sobre vendas de passagens aéreas, marítimas e terrestres. Este foi o começo de um longo período em

que somente as agências vendedoras de passagens necessitavam de autorização governamental para atuarem.

Até meados da década de 1960, oito leis e decretos-leis e nove decretos, trataram, de forma sistemática ou isolada, da atividade turística (FERRAZ, 1992, p.35). Porém, em 1966 foi publicado o Decreto-Lei 55, de notável importância para o turismo. Este decreto, que foi revogado pela Lei 8.181 de 1991, entre outras disposições, implantou o Sistema Nacional de Turismo, criou o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), hoje Instituto Brasileiro de Turismo. Justifica-se o seu grande destaque, porque “sob o prisma do regime jurídico do turismo” foi a “raiz de um sistema normativo específico do setor”. (FERRAZ, 1992, p. 37-38).

A Lei 6.505 de 1977 veio dispor sobre as atividades de serviços turísticos, estabelecendo as condições para seu funcionamento e fiscalização.

A Lei 8.181 de 1991 trouxe a nova denominação da Embratur, afirmando que a mesma tem a finalidade de formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo, para promover, estimular e divulgar o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico. Esta Política foi regulamentada pelo Decreto no. 448 de 1992.

Particularmente, em relação às agências de turismo, o Decreto 84.934, de 21 de julho de 1980 dispõe sobre as atividades e serviços das agências de turismo, regulamenta o seu registro, funcionamento, direitos e obrigações, fiscalização, penalidades, entre outros aspectos.

A Resolução Normativa CNTur (Conselho Nacional de Turismo) n. 04/1983, por força do Decreto 84.934/80, estabelece as condições a que deverão obedecer as agências de turismo, no exercício das atividades e na prestação dos serviços turísticos.

A Deliberação Normativa 136 de 1984 estabelece o conteúdo e a forma de inserção das informações que deverão constar de anúncios, na imprensa ou em material promocional e peças de propaganda, divulgados pelas agências de turismo ou com sua anuência.

Já a Deliberação Normativa 161 de 1985 regula o relacionamento comercial entre as agências de turismo e seus usuários, para a operação de viagens e excursões turísticas. Esta deliberação traz em anexo as condições gerais e específicas dos programas de viagens ou excursões. Por ser anterior à Constituição Federal de 1988 e ao Código de Defesa do Consumidor de 1990, muitos de seus artigos e partes integrantes dos anexos foram revogados tacitamente¹ por essas normas.

A Deliberação Normativa 382 de 1997 estabelece que ficam incluídos como serviços permitidos, mas não privativos das agências de turismo, a corretagem de seguros, especialmente aquela destinada à cobertura de riscos em viagens turísticas.

A Deliberação Normativa 391 de 1998 surgiu em razão dos abusos cometidos por agências e operadoras turísticas, notadamente no maior evento esportivo mundial, a Copa do Mundo, na França²; da necessidade de salvaguardar os direitos dos consumidores na relação de consumo de produtos e serviços turísticos; da necessidade de rápida atuação fiscalizatória, com efeitos concretos imediatos. Ficou estabelecido por esta deliberação que, no caso de comprovada lesão do consumidor, decorrente do não fornecimento de produto ou serviço ajustado, deverá de imediato, o órgão estadual delega-

¹ Revogação tácita: dá-se quando houver incompatibilidade entre a lei nova e a antiga, pelo fato de que a nova passa a regular parcial ou inteiramente a matéria tratada pela anterior, mesmo que nela não conste a expressão “revogam-se as disposições em contrário”.

² Um pool de operadoras vendeu pacotes para a competição, na França, por intermédio da agência de turismo SBTR, credenciada pela Confederação Brasileira de Futebol. As empresas acusaram a SBTR de agir de má-fé, por fornecer apenas 2.750 ingressos, dos 3.600 que já haviam sido pagos. O episódio arranhou a imagem de todos os envolvidos. (Isto é Dinheiro, 19 de fevereiro de 2003)

do, notificar o fornecedor para apresentar defesa preliminar em 24 horas. Se esta defesa for considerada insatisfatória, a empresa terá decretada a suspensão temporária de suas atividades, até decisão final do procedimento administrativo apuratório ou formalização de Compromisso de Ajustamento de Conduta.

Mesmo havendo uma legislação setorial, não só do turismo como um todo, mas em específico das agências de turismo, o Código de Defesa do Consumidor é o dispositivo legal atual mais importante na relação jurídica envolvendo agências e turistas.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi publicado em 1990, devendo ser aplicado toda vez que se estiver diante de uma relação de consumo, ou seja, entre consumidor e fornecedor, que, como será mostrado mais adiante, é o tipo de relação que envolve agências de turismo e turistas. Esta é uma lei de ordem pública, ou seja, há a obrigatoriedade do seu cumprimento, no sentido de limitar a vontade das partes, não podendo haver a escolha da lei a ser utilizada. Se diante de uma relação de consumo, as partes não podem escolher, por exemplo, utilizar as regras da contratação do Código Civil.

Para Carvalho Neto (2002 *apud* FEUZ, 2003, p. 124), a lei de ordem pública é aquela cuja obediência é obrigatória e seus dispositivos não podem ser desatendidos ou relevados.

O CDC, entre outros, estabelece:

- os conceitos de consumidor e fornecedor;
- a Política Nacional de Relações de Consumo;
- os direitos básicos do consumidor;

- os padrões de qualidade de produtos e serviços e da prevenção e da reparação dos danos;
- as práticas comerciais que envolvem as relações de consumo;
- a proteção contratual;
- as sanções administrativas e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

2.2 RELAÇÃO JURÍDICA E TURISMO

2.2.1 Agência de Turismo

De acordo com Beni (2003, p.190), as agências de turismo são empresas comerciais com a finalidade de realizar viagens. Caracterizam-se como prestadoras de serviços, que:

- informam, organizam e tomam as medidas necessárias, em nome de uma ou mais pessoas que desejam viajar;
- oferecem serviços relativos a transportes, hospedagem e manifestações turísticas de todos os tipos;
- organizam viagens individuais ou coletivas a um preço determinado, podendo ser por meio de programas estabelecidos por elas mesmas ou por livre escolha do cliente.

Conforme Schlüter e Winter (1993 e 1995) essas empresas turísticas exercem principalmente três funções: intermediação de serviços e produtos, desenvolvimento de

programas de viagens (pacotes e/ou “forfaits”) e assessoramento ao viajante/turista. Tomelin (2001) afirma que em virtude dos avanços tecnológicos, maior competitividade e mudanças no mercado turístico, vários autores defendem a última função como tendência futura, direcionando o agente a um verdadeiro consultor turístico.

No Brasil, o Decreto 84.934, de 21 de julho de 1980, que dispõe sobre as atividades e serviços das agências de turismo, regulamenta o seu registro e funcionamento, entre outros aspectos. No âmbito deste decreto, compreende-se por agência de turismo a sociedade que tenha por objetivo social, exclusivamente, as atividades de:

- venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões;
- intermediação remunerada na reserva de acomodações;
- recepção, transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante;
- operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários;
- representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem e outras prestadoras de serviços turísticos;
- divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos serviços mencionados acima.

As agências de turismo ainda podem prestar, sem caráter privativo, os serviços de:

- obtenção e legalização de documentos para viajantes;
- reserva e venda, mediante comissão, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros;
- transporte turístico de superfície;

- desembaraço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes;
- agenciamento de carga;
- prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares;
- operações de câmbio manual, observadas as instruções baixadas a esse respeito pelo Banco Central do Brasil;
- outros serviços, que venham a ser especificados pelo Conselho Nacional de Turismo – CNTur.

As agências de turismo no Brasil classificam-se em duas categorias: Agência de Viagens e Agência de Viagens e Turismo. A maior diferença entre essas categorias está no fato de ser privativo das Agências de Viagens e Turismo a prestação dos serviços de operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários, quando relativos a excursões do Brasil para o exterior. (Decreto 84.934/80)

Beni (2003, p.191) também cita a classificação dada pelo decreto 84.934, complementando-a ao afirmar que a Agência de Viagens tem a função de facilitar e resolver todos os problemas dos turistas, a fim de que possam realizar suas viagens da maneira mais satisfatória possível. A Agência de Viagens, pela sua organização, pessoal especializado e informações disponíveis, proporciona ao cliente todos os elementos para a realização de viagens seguras e bem-organizadas. Já a Agência de Viagens e Turismo corresponde ao conceito de “operadoras turísticas”, que no Brasil, além de intermediárias, são também produtoras de serviços turísticos, o que requer um perfeito conhecimento do mercado, tanto da oferta quanto da demanda, para poder compor os pacotes

a preços competitivos, de acordo com o desejo dos consumidores e as possibilidades da oferta de serviços e equipamentos turísticos.

Pode-se também afirmar que, pela natureza da relação a ser estudada, a agência de turismo é uma fornecedora, prestadora de serviços turísticos. De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, fornecedor é

[...] toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990, art. 3º)

No âmbito desta dissertação, para a definição de agência de turismo, adotar-se-á o conceito do Decreto 84.934 em conjunto com o conceito de fornecedor do Código de Defesa do Consumidor.

Nesse sentido, considera-se agência de turismo uma empresa (pessoa jurídica) fornecedora de serviços turísticos que tem a função de, entre outros, fazer a intermediação de produtos serviços turísticos, desenvolver programas de viagens, além de assessorar e prestar consultoria ao turista/consumidor.

2.2.2 Turista

Goeldner (2000, p. 16) utiliza a definição de turista da OMT, considerando o conceito geral de viajante como “qualquer pessoa em viagem entre dois ou mais países ou entre duas ou mais localidades dentro do seu país de residência”. Todos os tipos de viajantes engajados em fazer turismo são chamados de visitantes. Estes são pessoas

que viajam para fora do país de residência por um período que não exceda 12 meses e cujo propósito principal da viagem não seja uma atividade remunerada. Os visitantes estão subdivididos em duas categorias:

- visitantes de um dia (*same-day visitors*): visitantes que não passam a noite, por exemplo, viajantes de um cruzeiro que ficam apenas algumas horas no porto; são também chamados de excursionistas;
- turistas: visitantes que permanecem no local visitado por pelo menos uma noite.

Na literatura sobre o Direito Aplicado ao Turismo, Mamede (2004, p. 27) diz que “turista é aquele que empreende um movimento de partir, permanecer por determinado período (estadia) e retornar”. Como elemento fundamental deste fenômeno tem-se o ser humano, pois o agir turístico é próprio daquele que se desloca, se aloja, ou seja, é próprio do turista, aquele que efetua a jornada.

Pode-se dizer que o turista é consumidor, de acordo com o art. 2º da lei 8.078/90, ou seja, é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final”. A dúvida mais usual acerca da definição de consumidor dá-se com relação à expressão *destinatário final*, de suma importância para a determinação dessa figura jurídica, o consumidor.

Saad (1999, p. 60) afirma que destinatário final é o consumidor que adquire ou utiliza produtos ou serviços em benefício próprio, ou seja, é quem busca a satisfação de suas necessidades por meio de um produto ou serviço, sem ter o interesse de repassar este a terceiros. Caso o produto ou serviço seja repassado a terceiros, mediante remuneração, inexistente a figura do consumidor e surge imediatamente a do fornecedor. Complementando, Atheniense (2002, p. 11) diz que o consumidor é um “destinatário fático” do produto/serviço, pois retira do mercado, utiliza e o consome.

Ainda pode-se dizer que o conceito de consumidor não está restrito somente ao art. 2º do CDC. O legislador⁴ ampliou esse conceito ao definir também como consumidor a “coletividade de pessoas”, ainda que indetermináveis, mas que tenham intervindo na relação de consumo (art. 2º, parágrafo único), todas as vítimas do acidente de consumo (art. 17) e todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais (art. 29).

De acordo com Mamede (2004, p. 27) não são características pessoais que definem a condição de consumidor, mas a posição na relação negocial. O autor ainda complementa dizendo que existe uma situação de consumidor, que pode ser ocupada por qualquer pessoa, independentemente de suas características pessoais. É possível que uma pessoa física ou jurídica seja, em uma situação, consumidor, e, em outra, fornecedor, ou até mesmo ocupe a posição que não seja nem de consumidor nem de fornecedor, mas apenas contratante. Nesta última situação, a relação será regida pelas regras gerais do Direito Civil e não pelas regras específicas do Direito de Consumidor.

Uma empresa que adquira passagens aéreas para seus funcionários utilizarem em viagens de trabalho, esta é a destinatária final e por isso, consumidora. Já, se a mesma empresa adquire pacote turístico para presentear um funcionário, este é o destinatário final e conseqüentemente, o consumidor.

Assim, no âmbito desta dissertação, para a definição de turista/consumidor, adota-se uma adaptação dos conceitos acima abordados, da seguinte maneira:

Turista/consumidor é qualquer pessoa que se desloca entre duas ou mais localidades e adquire produtos e serviços em benefício próprio, buscando a satisfação de suas necessidades, sem o interesse de repassar a terceiros.

⁴ Aquele que legisla; membro do órgão legislativo.

2.3 RELAÇÃO DE CONSUMO

2.3.1 Caracterização

Filomeno (1999, p. 28), ao tratar da relação de consumo afirma que a mesma deve envolver basicamente duas partes bem definidas: de um lado, o adquirente de um produto ou serviço (“consumidor”), e, de outro, o fornecedor ou vendedor de um produto ou serviço (“produtor/fornecedor”). Destina-se à satisfação de uma necessidade privada do consumidor e que esse, não dispondo, por si só, de controle sobre a produção de bens de consumo ou prestação de serviços que lhe são destinados, arrisca-se e submete-se ao poder e condições dos produtores daqueles mesmos bens e serviços.

De acordo com Nery Júnior (1999, p. 429-430), o “objeto de regulamentação pelo Código de Defesa do Consumidor é a *relação de consumo*, assim entendida a relação jurídica existente entre fornecedor e consumidor, tendo como objeto a aquisição de produtos ou utilização de serviços pelo consumidor”. Para este autor, são elementos da relação de consumo: os sujeitos (fornecedor e consumidor), o objeto (produtos e serviços) e a finalidade (ser ela celebrada para que o consumidor adquira produto ou utilize o serviço como destinatário final).

Na relação em questão tem-se como sujeitos a agência de turismo (fornecedor) e o turista (consumidor); como objeto, o serviço prestado pela Agência; e finalmente, como finalidade, a aquisição de um serviço ou produto turístico pelo turista. Por isso pode-se afirmar que esta é uma relação de consumo.

Convém assim esclarecer o que se entende por serviço e produto nessa relação. Serviço, no Código de Defesa do Consumidor (art. 3º, parágrafo 2º) é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração. De acordo com Marques (2000, p.41) o fornecimento de serviço é um negócio por meio do qual o titular adquire a faculdade de exigir de outra pessoa uma atividade ou utilidade.

Por outro lado, entende-se por produto qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. (CDC, art 3º, parágrafo 1º).

Ainda faz-se necessário fazer aqui um estudo da expressão *produto turístico*. De acordo com Beni (2003, p.160) o produto turístico pode ter um sentido macroeconômico e outro microeconômico. O primeiro é constituído de um conjunto de subprodutos, tais como transporte, hotelaria, restaurantes, filmes, livros, diversões, souvenirs, seguro, etc. No segundo, cada subproduto pode receber a denominação de “produto turístico”.

Na realidade a expressão *produto turístico* contempla tanto produtos como serviços, sendo em sua maioria, a prestação de serviços. O produto turístico é tudo o que se pode consumir, experimentar, observar e apreciar durante uma viagem, ou seja, faz parte do todo que contribui para a satisfação do turista.

2.3.2 Responsabilidade

Sendo uma relação de consumo, a agência de turismo responde, perante o turista, pelos atos de todos os seus parceiros negociais. É a chamada responsabilidade solidária. De acordo com Filomeno (1999, p. 139), “ao consumidor é conferido o direito de intentar as medidas contra todos os que estiverem na cadeia de responsabilidade

que propiciou a colocação do mesmo produto no mercado ou então a prestação do serviço”.

O princípio da solidariedade legal, em se tratando de contrato celebrado por fornecedores de serviços turísticos, confere ao turista/consumidor o direito à reparação em caso de não cumprimento da obrigação, afastada a hipótese de repartição de responsabilidade. Se, por exemplo, a operadora descumprir o contrato, a agência também responde pelo não cumprimento.

2.3.3 Aspectos Gerais dos Contratos

O contrato, em linhas gerais, é um acordo onde as pessoas assumem obrigações entre si. De acordo com o Código de Defesa do Consumidor não são permitidas cláusulas que diminuam a responsabilidade do fornecedor no caso de dano ao consumidor ou possibilitem ao fornecedor modificar qualquer parte do contrato, sem autorização do consumidor. Todas estas cláusulas serão consideradas abusivas (CDC, art. 51), não vinculando o consumidor às mesmas. O art. 46 desse Código ressalta que:

Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Outra questão de extrema importância nas relações de consumo e, consequentemente, nas relações que envolvam agências e turistas, é a publicidade.

A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva é um dos direitos básicos do consumidor, conforme prevê o artigo 6º, IV do CDC. A mesma lei ainda afirma, em seu artigo 30, que toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada

por qualquer forma ou meio de comunicação, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilize e ainda integra o contrato que vier a ser celebrado. Desta forma, se uma agência ou operadora veicular anúncio sobre um pacote turístico, estas informações vinculam o fornecedor a dispor daquilo que estão ofertando. Complementando o tópico, o artigo 31 informa que:

A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, 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.

A publicidade pode ser enganosa ou abusiva. Tem-se por enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. Por outro lado, tem-se por publicidade abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. Esta lista é apenas exemplificativa, que dá ao juiz, na hora de julgar, subsídios para tomar uma decisão em um caso concreto.

Na relação entre fornecedores turísticos e turistas, outra questão de grande importância é a utilização de contratos de adesão, que, de acordo com Gomes (1972, p.3), é o negócio jurídico no qual a participação de um dos sujeitos sucede pela aceita-

ção em bloco de uma série de cláusulas formuladas antecipadamente, de modo geral e abstrato, pela outra parte, para constituir o conteúdo normativo e obrigacional de futuras relações concretas.

O CDC, em seu art. 54, dispõe sobre os contratos de adesão, estabelecendo que são aqueles “cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo”.

Gomes (1972) completa que os contratos de adesão escritos deverão ser redigidos em termos claros, com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. Ainda, as cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

A determinação do conteúdo do contrato é prévia e unilateral. Um dos sujeitos redige-as antecipadamente para sua utilização nas eventuais relações jurídicas que trará com pessoas indeterminadas. Não há alternativa de uma das partes ao esquema contratual traçado pela outra, não admitindo negociações preliminares nem modificação de cláusulas pré-estabelecidas. (GOMES, 1972, p. 4)

O fornecedor deve estar atento, pois as declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos a estas relações de consumo vinculam o mesmo. Ainda, conforme informa o CDC, o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. No caso do consumidor exercer o direito de arrependimento previsto, os valores

eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados (Brasil, 1990, art. 49).

O artigo mencionado trata da situação que envolve compras por telefone ou a domicílio. Atualmente, porém, o tipo de negociação mais freqüente de ocorrer fora do estabelecimento comercial é o por meio eletrônico, ou seja, através de *sites* na Internet.

2.3.4 Contratos Eletrônicos

Os *sites* de venda em geral, e particularmente os dedicados ao agenciamento de viagens, são cada vez mais numerosos, pois, se as empresas querem atingir o consumidor, devem tornar seu produto ou serviço acessível de acordo com as necessidades deste.

Como afirma Marques (2004, p. 215) o organizador da viagem – a agência de turismo eletrônica que vende o pacote – tem as mesmas responsabilidades das demais agências de turismo, acrescidas de um dever de informar qualificado, ou seja, informar com uma maior riqueza de detalhes (inclusive do direito de arrependimento, tendo em vista o meio utilizado). Nos contratos de prestação de serviços *online* ou por internet, tais como contratação com agências de viagens (entre outros), os problemas mais comuns são relacionados à qualidade, à quantidade, ao tempo e ao modo da prestação do serviço e à segurança deste.

A internet é um novo espaço negocial, porém, deve-se saber como conquistar a confiança dos consumidores neste instrumento novo de fazer comércio e, ao mesmo tempo, proteger suas expectativas normativas e legítimas. A confiança é o paradigma

novo necessário para realizar “este passo adiante” de adaptar nosso atual Direito do Consumidor à este novo modo de comércio. (Marques, 2004, p. 33-35)

Confiar na aparência, na imagem, na informação, no *click*, na presença de um ser humano ou de uma pessoa jurídica organizadora, em qualquer um dos computadores interligados no mundo. Confiança no meio eletrônico, na entrega, nos dados, na contratação, no armazenamento, na possibilidade de perenizar o negócio jurídico. Confiança na realização das expectativas legítimas do consumidor também no negócio jurídico do comércio eletrônico é a meta. (Marques, 2004, p.47)

O que deve ficar bem claro, porém, é que as regras estabelecidas pelo CDC são aplicáveis da mesma forma que uma contratação feita em um estabelecimento comercial convencional, mesmo que os sites, ao especificarem os Termos de Uso dos mesmos, os isentem de responsabilidade. Exemplos desta problemática podem ser conferidos por meio de consulta a três sites de renome no comércio eletrônico de viagens.

A operadora de viagens CVC, líder no mercado nacional, atendendo a essas novas necessidades, além de oferecer seus pacotes turísticos em suas tradicionais lojas e em agências de viagens, também os vende via internet, por meio de sua loja virtual. O *link* denominado Termos de Uso do Site⁵ traz, entre outros, as “Leis Vigentes” para as transações efetuadas pela sua *home page*, onde consta que “as relações entre o site www.cvc.com.br e o usuário estão subordinadas aos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor e demais legislações complementares”. Esta é uma assertiva correta, pois, por se tratar de uma relação de consumo, é o CDC que irá nortear essa relação.

⁵ <http://www.cvc.com.br/termos/>

Já a loja virtual Decolar.com traz em seus Termos de Uso⁶ as seguintes condições: a cláusula 5 dispõe sobre “Isenção de Garantia” afirmando que “Decolar.com, seus fornecedores e distribuidores não oferecem garantias com relação ao material contido no *site*, fornecido em uma base não corrigida”. E completa afirmando que “Decolar.com não oferece nenhuma espécie de garantia acerca da precisão, completeza, atualidade e confiabilidade das informações e dados encontrados no *site*, incluindo informações sobre condições de comercialização e adaptação a propósitos específicos.” Esta é uma cláusula nula pela necessidade do dever de informação, seja por expressa disposição legal⁷, seja em atenção ao mandamento da boa-fé objetiva, que será analisada mais adiante⁸.

Finalmente, a agência de viagens *online* Rumbo⁹ (www.rumbo.com.br), nas condições gerais de utilização do *site* informa que “em nenhum caso RUMBO assume nenhuma obrigação, garantia ou responsabilidade perante os Usuários pela prestação desses serviços”. Esta é uma cláusula nula porque, sendo uma relação de consumo, todos os fornecedores respondem pelo descumprimento contratual de todos os outros em razão da responsabilidade solidária, já analisada anteriormente. Nesse caso, um turista que adquire um pacote de viagens pelo *site* da Rumbo e tem problemas no cumprimento do contrato, a agência de viagens virtual também responde pelo não cumpri-

⁶ http://www.decolar.com/site/decolarnovo/paginas/termo_de_uso.asp

⁷ CDC arts 12, 14, 20, 30, 31, entre outros.

⁸ A boa-fé objetiva impõe comportamentos socialmente recomendados: fidelidade, honestidade, lealdade, cuidado, cooperação, etc. Protege-se, portanto, aqueles que numa relação jurídica acreditam que a outra parte procederá conforme os padrões de conduta exigíveis.

⁹ A empresa Rumbo tem como acionistas o Portal Terra (maior portal de conteúdo da América Latina pertencente ao Grupo Telefônica) e o GDS Amadeus (líder mundial em tecnologia de informação para o setor de Turismo pertencente às companhias aéreas Ibéria, Air France e Lufthansa). No Brasil, o Rumbo conta com o apoio operacional da TravelWeb Viagens e Turismo Ltda para a realização de seus serviços.

mento ou mau cumprimento deste serviço, ao lado da operadora e de todos os fornecedores envolvidos.

Ainda referente a essa última agência, no item “Interpretação das Presentes Condições” está disposto que “serão competentes para conhecer de qualquer litígio que se derive das condições, os tribunais de São Paulo com renúncia expressa das partes a qualquer outro foro que pudesse corresponder-lhes”. Esta é outra cláusula nula, pois, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, deve ser dada ao consumidor a facilitação da defesa de seus direitos (art. 6º, VIII), além de afirmar que a ação pode ser proposta no domicílio do autor (art. 101, I). (BRASIL, 2000)

O Código de Defesa do Consumidor não explicita em seu texto os contratos eletrônicos e se faz necessária uma melhor e mais específica regulamentação legislativa do comércio eletrônico. Conforme Marques (2004) os projetos até agora existentes têm-se concentrado em modificações do Código Civil e na criação de leis especiais, pressupondo sempre a aplicação do CDC para os negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico.

Fica, no entanto, a dúvida de como o juiz julga efetivamente em casos de contratos eletrônicos de turismo. Não se encontrou qualquer referência na jurisprudência do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Há, porém, ocorrências que se referem a contratos bancários. Nestes casos, os juizes, de maneira unânime, manifestam a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nesses contratos.¹⁰

¹⁰ A fim de encontrar informações na área de Turismo, enviou-se e-mail tanto à Abav Nacional como à ABAV-RS. No entanto, apesar de contatos telefônicos e reenvio de e-mails, não se obteve resposta ou esclarecimentos a respeito.

2.3.5 Deveres Acessórios

Outra questão relevante está no CDC em seu art. 4º, III, que prevê como um de seus princípios, o da boa-fé. Nas relações de consumo, a boa-fé operou verdadeira transformação jurídica. Antes era considerada apenas como regra de interpretação dos negócios jurídicos, e atualmente apresenta-se nas negociações que precedem o contrato, na sua interpretação, execução e conclusão, chegando a justificar a extinção de obrigações, com resolução de contratos (NORONHA, 1994, p.150).

A boa-fé objetiva¹¹ é definidora de regras de conduta. Em nome da estabilidade e da segurança dos negócios jurídicos, bem como, para a tutela das legítimas expectativas daqueles que contraem direitos e obrigações, a boa-fé objetiva impõe comportamentos socialmente recomendados: fidelidade, honestidade, lealdade, cuidado, cooperação, etc. Tutela-se, portanto, aqueles que numa relação jurídica acreditam que a outra parte procederá conforme os padrões de conduta exigíveis.

De acordo com o princípio da boa-fé, as partes devem pautar a sua atuação em consonância com a lealdade e com a confiança recíprocas que a vida de relações impõe. Cumpre a cada um respeitar a posição do outro contratante, operar com fidelidade e probidade, a fim de que alcance os objetivos pretendidos no contrato, agindo consoante padrões éticos normais à contratação pretendida.

¹¹ Além da boa-fé objetiva, há a boa-fé subjetiva, que baseia-se em um estado de erro ou ignorância da verdadeira situação jurídica. Nela há uma convicção da legalidade ou validade do ato que se pratica, levando a pessoa a crer que é titular de um direito que somente existe na aparência. Para MÁRIO JÚLIO DE ALMEIDA COSTA (Direito das Obrigações. 6.ed. Coimbra: Almedina, 1994, p.93) é a "convicção justificada de se ter um comportamento conforme ao direito". Debate-se se ela é um estado psicológico (ignorância real de situação que tem diante de si, bastando que a ignorância, para tanto, seja desculpável) ou um estado ético (convicção de prática de um ato legítimo, acreditando sinceramente que ele não acarreta prejuízo a outrem), predominando o entendimento de que se trata do segundo. (FERNANDO NORONHA. O Direito dos Contratos e seus Princípios Fundamentais (Autonomia Privada, Boa-fé e Justiça Contratual). São Paulo: Saraiva, 1994. p.150)

O ordenamento jurídico brasileiro acolheu a cláusula geral de boa-fé para os contratos de consumo, de forma que independe de que neles ela conste expressamente. De acordo com Martins-Costa (1999, p. 442) este princípio regula o reconhecimento dos deveres acessórios (não diretamente pactuados) derivados diretamente do princípio, independentemente da vontade manifestada pelas partes. Eles são autônomos, de natureza contratual, mas sem previsão expressa dos contratantes; e são de extrema importância para a plena realização do programa contratual que fora acertado.

Os deveres acessórios existem para que as partes adotem determinados comportamentos, impostos pela boa-fé em vista do fim do contrato, dada à relação de confiança que o contrato fundamenta, comportamentos estes variáveis de acordo com situações concretas. (BECKER, 1990)

Sobre a concreção dos deveres laterais, Silva (2002, p. 104) diz que há a impossibilidade de conhecimento prévio dos deveres laterais, pois não se vinculam ao momento genético da relação. O respectivo nascimento decorrerá das circunstâncias fáticas do desenvolvimento da relação.

Estes deveres impõem a quem deve a prestação que faça tudo quanto seja necessário para assegurar ao co-contratante o resultado útil da prestação, fazendo não apenas aquilo que prometeu, mas tudo o que seja necessário para fazer chegar à contraparte o pleno resultado útil da prestação devida. (BECKER, 1990)

Os deveres acessórios encontram-se sistematizados pelos autores em vários tipos. Silva (2002), de uma forma simples, mas não menos cuidadosa, os dividiu em três grandes grupos: os deveres de informação e esclarecimento, os de proteção e cuidado e os de lealdade e cooperação.

Para Cordeiro (2001, p. 605), têm-se como deveres de informação e esclarecimento aqueles que obrigam as partes a, na vigência do fluir da obrigação, informarem-se mutuamente de todos os aspectos relativos ao vínculo que possam ocorrer na execução do contrato. O dever de informar não está restrito à fase pré-contratual, mas também abrange as fases posteriores.

Estes deveres são de exponencial relevância no âmbito das relações jurídicas de consumo (e conseqüentemente para a relação de agentes e turistas), seja por expressa disposição legal¹², seja em atenção ao mandamento da boa fé objetiva.

Sabe-se que os contratantes normalmente assumem uma atitude preventiva em relação ao conteúdo do futuro contrato. Nos negócios mais simples e usuais a convicção se forma mais rapidamente, enquanto que em outros, normalmente exige-se mais tempo e o maior número de informações possíveis. Em qualquer situação, impõe-se às partes uma atividade dirigida a prestarem informações entre si. Maior atenção deve merecer o destinatário da oferta e da proposta, uma vez que o ofertante e o proponente normalmente já têm valorizadas as suas pretensões e a idoneidade do contrato.

As informações devem ser as mais corretas e completas, sendo indicativas de má-fé a indução ao erro (dolo), bem como a falha na informação. Impõe-se que seja dada ao contratante, que não formulou o contrato (em virtude da grande quantidade de contratos de adesão), a oportunidade de conhecer todo o seu conteúdo.¹³

Em relação ao dever de informar, Marques (1999, p. 112) indica:

- o dever de esclarecimento, imposto ao fornecedor de serviços, sobre a forma de utilização e a qualidade dos serviços;

¹² Conforme os artigos 12, 14, 20, 30, 31, entre outros, do CDC

¹³ Artigo 46 do CDC

- o dever de aconselhamento, imposto a um profissional especialista, para com alguém que não é especialista, dando a este último as informações necessárias para que possa escolher entre os vários caminhos e soluções possíveis, qual irá seguir.

Já de acordo com o dever de proteção, Cordeiro (2001, p. 604) afirma que devem as partes, enquanto perdurar o contrato, evitar a ocorrência de danos mútuos, tanto de ordem pessoal como patrimonial. Inserido neste dever está o dever de cuidado, compreendendo esse o de zelar pela integridade física e moral do contratante, bem como, de seu patrimônio.

Para Mayer (1988 *apud* MARQUES, 1999, p. 115), o dever de cuidado manifesta-se, por exemplo, no momento que é utilizado um meio técnico para alcançar a realização do objetivo do contrato. Desta maneira, no contrato de transporte de passageiros e suas bagagens, este será feito por um meio técnico (avião, ônibus, etc.) e deverá o transportador cuidar que nenhum dano sobrevenha aos passageiros e às bagagens sob sua responsabilidade, assim como cuidar para que o meio utilizado esteja em boas condições.

Por fim os deveres de lealdade e cooperação são aqueles que limitam as partes a não praticar atos, sejam eles de comissão ou omissão, em qualquer momento do pacto, inclusive na fase pré e pós-contratual, que venham a frustrar as expectativas que fazem parte do negócio ou que nele estejam legitimamente sustentadas (Silva, 2002, p. 112). Assim, as partes devem agir com lealdade, de forma a não obstruir ou impedir que a outra cumpra com suas obrigações contratuais. Também devem contribuir em não dificultar a realização das prestações. Da mesma forma, não deve ser dificultado o acesso da outra parte ao exercício de seus direitos, impondo a ela dificuldades excessivas e desnecessárias, bem como, não deve haver recusa injustificada desses direitos.

Algo similar ocorre com os deveres de cooperação. As partes têm o dever de ajudar a realização de todas as atividades necessárias para a efetivação do contrato, afastando as dificuldades para tal obtenção, desde que este afastamento esteja ao alcance das partes (SILVA, 2002, p. 114).

Dentro destes deveres de cooperação, pode-se agregar o da melhor prestação, ou seja, se existem várias maneiras de executar um contrato, que implicam o mesmo ônus (ou similar), o fornecedor deve escolher o melhor para a outra parte. Se, por exemplo, um passageiro deseja viajar para determinado lugar e existem três operadoras que oferecem este pacote e todas cobram o mesmo valor pela viagem, a agência tem que escolher a melhor, ou pelo menos aconselhar o turista.

3 AGÊNCIAS DE TURISMO E TURISTAS EM PORTO ALEGRE/RS: PROBLEMAS E CONFLITOS

Este capítulo trata da pesquisa propriamente dita, levada a efeito com base nos processos em andamento, através de listagem feita no mês de março de 2005, envolvendo agências de turismo. Tal levantamento foi inicialmente realizado mediante consulta processual na base de dados *online* do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, e posteriormente nos cartórios judiciais cíveis do Fórum Central de Porto Alegre/RS.

Caracteriza-se de forma geral os processos identificados, a fim de selecionar as ações específicas envolvendo agências de turismo e turistas, os quais são detalhadamente descritos e analisados.

3.1 Caracterização Geral dos Processos

A Tabela 1 apresenta a classificação geral dos processos, que envolva em um dos pólos da ação, uma agência de turismo. Os dados dos processos levantados mostram o nome da agência, o número do processo, a condição da agência na ação (autora ou ré), a natureza e o tipo de relação.

TABELA 1 – Processos em Andamento por agência de turismo¹⁴ – Fórum Central de Porto Alegre, RS, 2005

<i>Nome da Agência</i>	<i>Processo (nº)</i>	<i>Condição Autora/Ré</i>	<i>Tipo de Relação</i>
Flytour Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0140202-4	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0157024-5	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0332417-9	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0075200-5	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0125934-5	Autora	Relação civil com fornecedor
	1.05.0140397-7	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0142258-0	Autora	Relação civil com fornecedor
	1.05.0078895-6	Ré	Relação civil com fornecedor
	1.05.0078944-8	Ré	Relação civil com fornecedor
	1.05.0101273-0	Ré	Relação de consumo
	1.05.0156791-0	Ré	Não foi possível verificar
	3.05.0018073-1	Ré	Relação de consumo
	1.05.0075702-3	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0078945-6	Ré	Relação civil com fornecedor
	1.05.0126886-7	Ré	Relação civil com fornecedor
C2 Travel Agência de Viagens Ltda	1.05.0121687-5	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0186887-2	Autora	Relação não turística
	1.05.0187731-6	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0219850-1	Autora	Relação não turística
	1.05.0220148-0	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0525526-3	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0101928-0	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0108517-7	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0121781-2	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0182844-7	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0186815-5	Ré	Relação não turística
	1.05.0242820-5	Ré	Relação não turística
	1.05.0608310-5	Ré	Relação não turística
Agência de Viagens CVC Turismo Ltda	1.05.0222915-6	Ré	Relação de consumo
	3.05.0014354-2	Ré	Relação de consumo
	1.05.0069193-6	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0103993-0	Ré	Relação de consumo
	1.05.1640150-9	Ré	Relação de consumo
	3.05.0021866-6	Ré	Relação de consumo
	3.05.0025272-4	Ré	Relação de consumo
	3.05.0028359-0	Ré	Relação de consumo
	3.05.0136051-2	Ré	Relação de consumo
	3.05.0273905-1	Ré	Relação de consumo
Estação Trip Brasil Agência de Viagens e Turismo Ltda	3.05.0274141-2	Ré	Relação de consumo
	1.05.0100307-3	Autora	Relação não turística
	1.05.0100308-1	Autora	Relação não turística

¹⁴ Em virtude da divisão se dar pelo nome das agências, alguns processos figuram duas vezes na listagem. Isto ocorre quando temos em um só processo, duas agências de turismo, uma como ré e outra como autora. Na tabela em questão quatro processos se repetem. São eles: 1.05.0125934-5; 1.05.0126886-7; 1.05.0334452-8; 1.05.0203234-4.

	1.05.0076632-4	Ré	Relação civil com fornecedor
	1.05.0077851-9	Ré	Relação civil com fornecedor
	3.05.0018730-2	Ré	Relação de consumo
	1.05.0237473-3	Ré	Relação não turística
	1.05.0156324-9	Ré	Relação civil com fornecedor
Lacerda Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0180870-5	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0181147-1	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0181071-8	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0181102-1	Ré	Não foi possível verificar
Agência de Viagens Bom Retiro Ltda	1.05.0211722-6	Ré	Não foi possível verificar
Iks Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0111030-9	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0075747-3	Autora	Relação não turística
	1.05.0099685-0	Ré	Relação não turística
	1.05.0075940-9	Ré	Relação não turística
Kohler Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0121191-1	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0130529-0	Autora	Não foi possível verificar
	1.050126886-7	Autora	Relação civil com fornecedor
	1.05.0125934-5	Ré	Relação civil com fornecedor
Liberty Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0205359-7	Autora	Relação não turística
	1.05.0106263-0	Ré	Relação de consumo
	1.05.0205992-7	Ré	Relação não turística
	1.05.0206093-3	Ré	Relação não turística
Piratini Agência de Viagens Ltda	1.05.0333910-9	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0333920-6	Autora	Relação não turística
	1.05.0069702-0	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0069785-3	Ré	Não foi possível verificar
Tbrs Agência de Viagem e Turismo Ltda	1.05.0569972-2	Autora	Relação não turística
	1.05.0583460-3	Autora	Relação de consumo
	1.05.2277200-9	Ré	Relação não turística
Agência de Viagens e Turismo Deutschert Ltda	1.05.0107496-5	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0209601-6	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0528749-1	Autora	Relação não turística
Sky Team Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0332706-2	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0334452-8	Autora	Relação civil com fornecedor
	1.05.2253182-6	Autora	Relação civil com fornecedor
Agência de Viagens e Turismo Cidade Ltda	1.05.0159092-0	Ré	Relação não turística
Agência de Viagens N N Turismo Ltda	1.05.0171643-6	Ré	Relação não turística
	1.05.0334452-8	Ré	Relação civil com fornecedor
Ebc Agência de Viagens e Turismo Ltda	3.05.0006714-5	Ré	Relação de consumo
	1.05.0333817-0	Ré	Não foi possível verificar
Ezt Oficina de Turismo Agência de Viagens Ltda	1.05.0103778-4	Autora	Relação não turística
	1.05.0137624-4	Ré	Não foi possível verificar
Fórmula 1 Agência de Viagens e Turismo	1.05.0164434-6	Autora	Não foi possível verificar
	1.05.0166023-6	Autora	Não foi possível verificar
Freditur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0203234-4	Ré	Não foi possível verificar
	1.05.0203273-5	Ré	Não foi possível verificar
Trip e Travel Agência de Viagens Ltda	1.05.1637853-1	Autora	Relação de consumo
	1.05.0127553-7	Ré	Não foi possível verificar

Aerotur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0215782-1	Autora	Relação de consumo
Agência de Viagens e Turismo Oliveira e Schmitt Ltda	1.05.0106037-9	Autora	Relação não turística
Aguiartur Agência de Viagens Turismo e Transportes Ltda	1.05.0120986-0	Ré	Relação não turística
Atica Agência de Viagens e Turismo	1.05.0189639-6	Ré	Relação de consumo
Caminhos do Sul Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0222815-0	Autora	Relação não turística
Continental Agência de Viagens	3.05.0007923-2	Ré	Relação não turística
Dc Tur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0209999-6	Autora	Relação de consumo
Deltur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0338051-6	Autora	Relação civil com fornecedor
Dial Tur Home Agência de Viagens e Turismo Ltda	3.05.0028333-6	Ré	Relação não turística
Efv Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0122603-0	Autora	Não foi possível verificar
Empresa Triertur Trierweiller Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0106800-0	Ré	Relação não turística
Farrapo Travel Agência de Viagens Ltda	1.05.0238618-9	Ré	Relação civil com fornecedor
Garuda Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.2273165-5	Ré	Relação de consumo
Lebeis Agência de Viagens Ltda	1.05.0054550-6	Ré	Relação não turística
Massa Falida de Agência de Viagens e Turismo Três Pinheiros Ltda	1.05.0061108-8	Ré	Não foi possível verificar
Massa Falida de Ebc Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0175085-5	Autora	Relação civil com fornecedor
Milênio Agência de Turismo e Viagens	3.05.0021526-8	Ré	Relação de consumo
Perini Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0198450-3	Ré	Não foi possível verificar
Piccinini Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0091747-0	Ré	Relação não turística
Pwa Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0578330-8	Autora	Não foi possível verificar
Rodamundo Agência de Viagens e Turismo	1.05.0173188-5	Ré	Relação de consumo
Rota Brasil Agência de Viagem e Turismo Ltda Me	1.05.0100924-1	Ré	Relação não turística
Soletur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.050235637-9	Ré	Relação de consumo
Sultravel Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0203234-4	Ré	Não foi possível verificar
Tas Agência de Viagens Turismo Ltda	1.05.0134671-0	Autora	Não foi possível verificar
Trier Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0331504-8	Ré	Relação não turística
Trierweiller Agência de Viagens e Turismo Ltda Triertur	1.05.0195410-8	Ré	Não foi possível verificar
Vida Agência de Viagem e Turismo Ltda	1.05.0332820-4	Ré	Não foi possível verificar

Com relação aos processos pesquisados, pode-se tecer as seguintes considerações:

- De um total de 113 processos, figuram 48 agências de turismo com ações judiciais cíveis em andamento no Fórum Central de Porto Alegre/RS.
- A condição dessas empresas turísticas nas ações é mostrada no gráfico 1. Verifica-se que a maioria aparece como ré (61%), sendo que 39% figuram como autoras.

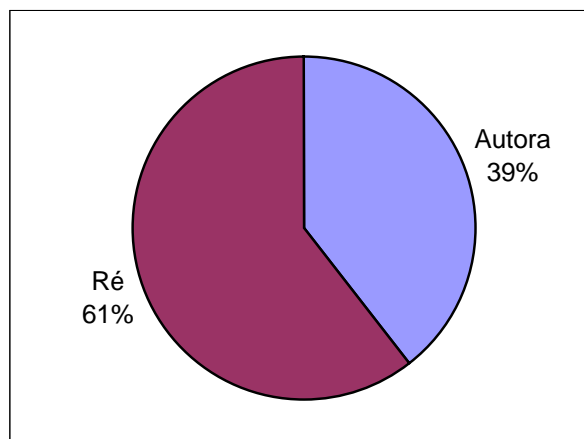


Gráfico 1 – Condição das agências nas ações

- Na análise dos tipos de relação jurídica obteve-se o seguinte resultado (gráfico 2):
 - em 44 (40%) processos não foi possível identificar o tipo de relação. Esta situação ocorre por inúmeras razões: o processo pode estar com o juiz, com uma das partes, com o Tribunal de Justiça (quando ocorre algum incidente processual que cabe à instância superior julgar), entre outros.

- em 31 ações (27%) a relação não é turística.
- em 14 processos (12%) há uma relação civil com fornecedor
- em 24 processos (21%) há uma relação de consumo

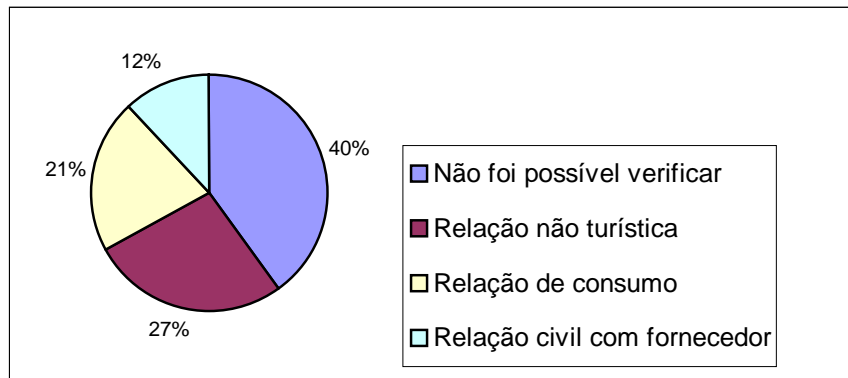


Gráfico 2 – Tipos de relação nas ações pesquisadas

- Ao ser feito um comparativo da condição das agências por tipo de relação, constatou-se que:
 - Nas ações que não foi possível identificar a relação existente, as agências são autoras em 23 (51%) e rés em 22 ações (49%);
 - Nas ações que há um relação civil com um fornecedor, as agências são autoras em 07 (41%) e rés em 10 ações (59%);
 - Nas ações que há uma relação não turística, as agências são autoras em 12 (39%) e rés em 19 ações (61%);
 - Nas ações que há uma relação de consumo, as agências são autoras em 04 (17%) e rés em 20 ações (83%);

Com este comparativo, pode-se concluir que há um relativo equilíbrio na condição das agências no processo: onde não foi possível verificar, onde é uma relação não turística e onde se trata de uma relação com um fornecedor turístico, porém, nas rela-

ções de consumo há uma grande disparidade, sendo as agências em sua grande parte, ré das ações.

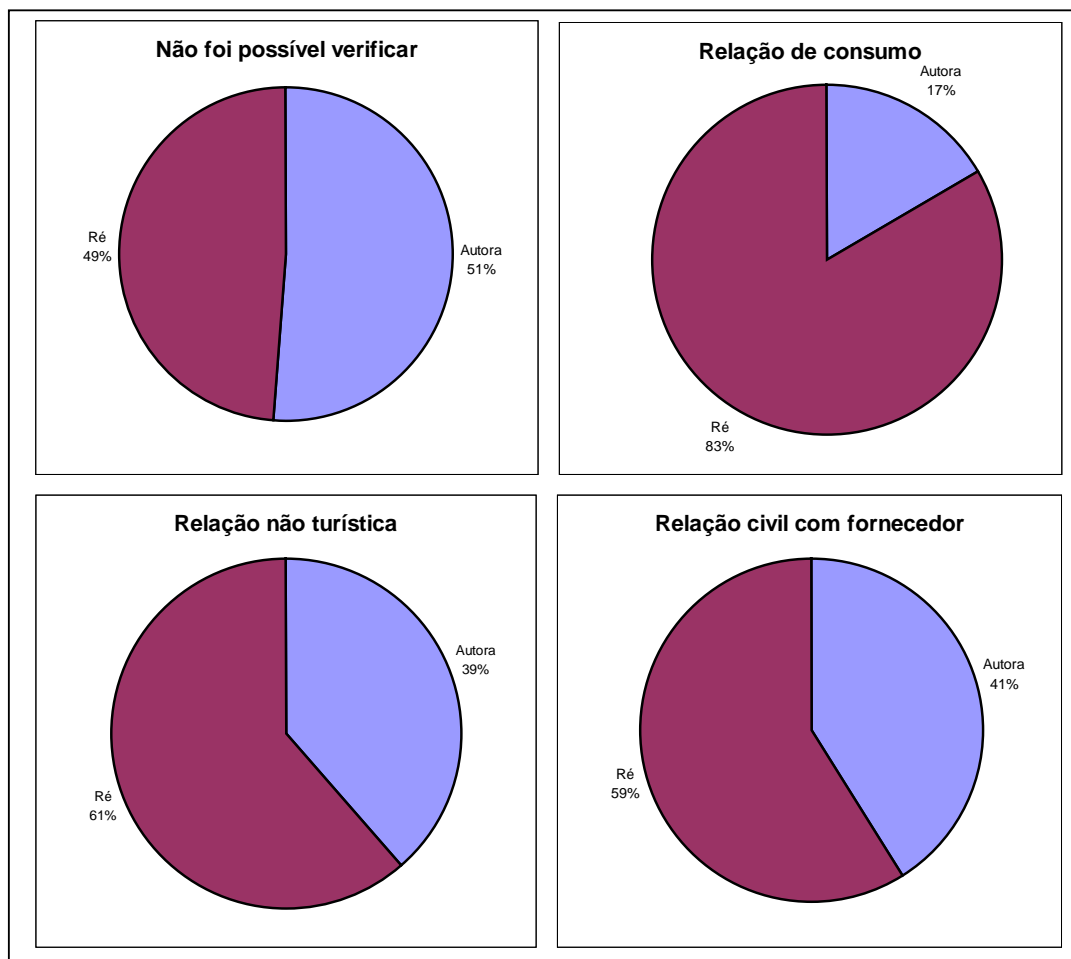


Gráfico 3 – Condição das agências de turismo nas ações pesquisadas

3.2 Caracterização das Ações Judiciais em andamento entre Agências de Turismo e Turistas/Consumidores

A Tabela 2 apresenta as ações judiciais em andamento entre agências de turismo e consumidores turísticos no Fórum Central de Porto Alegre/RS. Os dados dos

processos mostram o nome da agência, o número do processo, a condição da agência na ação (autora ou ré) e a natureza do processo.

TABELA 2 – Ações Judiciais em andamento entre agências de turismo e consumidores turísticos – Comarca de Porto Alegre, RS, 2005

<i>Nome da Agência</i>	<i>Processo(nº)</i>	<i>Condição Autora/Ré</i>	<i>Natureza do Processo</i>
Agência de Viagens Cvc Turismo Ltda	1.05.0222915-6	Ré	Justiça Comum – Processo de Execução – Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral
	3.05.0014354-2	Ré	Juizado Especial Cível - Processo de Execução – Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	1.05.0103993-0	Ré	Justiça Comum – Processo de Conhecimento - Ação Declaratória de Inexistência de Débito cumulada com Danos Morais
	1.05.1640150-9	Ré	Justiça Comum – Processo de Conhecimento - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0021866-6	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0025272-4	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0028359-0	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0136051-2	Ré	Juizado Especial Cível - Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0273905-1	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Material
	3.05.0274141-2	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
Flytour Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0101273-0	Ré	Justiça Comum – Processo de Conhecimento - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
	3.05.0018073-1	Ré	Juizado Especial Cível - Ação de Indenização por Dano Moral e Material
Estação Trip Brasil Agência de Viagens e Turismo Ltda	3.05.0018730-2	Ré	Juizado Especial Cível – Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral e Material
Liberty Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0106263-0	Ré	Justiça Comum – Processo de Execução - Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral e Material
Tbrs Agência de Viagem e Turismo Ltda	1.05.0583460-3	Autora	Procedimento Especial De Jurisdição Contenciosa - Ação Monitória
Ebc Agência de Viagens e Turismo Ltda	3.05.0006714-5	Ré	Juizado Especial Cível – Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização
Aerotur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0215782-1	Autora	Justiça Comum – Processo de Execução - Execução de Título Extrajudicial

Atica Agência de Viagens e Turismo	1.05.0189639-6	Ré	Justiça Comum – Processo Cautelar
Dc Tur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0209999-6	Autora	Justiça Comum – Processo de Execução - Execução de Ação Monitória
Garuda Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.2273165-5	Ré	Justiça Comum - Processo de Execução – Execução de Sentença
Milênio Agência de Turismo e Viagens	3.05.0021526-8	Ré	Juizado Especial Cível – Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Material
Soletur Agência de Viagens e Turismo Ltda	1.05.0235637-9	Ré	Justiça Comum – Processo de Execução - Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Dano Moral
Trip e Travel Agência de Viagens Ltda	1.05.1637853-1	Autora	Justiça Comum – Processo de Conhecimento
Rodamundo Agência de Viagens e Turismo	1.05.0173188-5	Ré	Justiça Comum – Processo de Conhecimento - Ação de Indenização por Dano Moral e Material

Com relação aos processos entre agências de turismo e turistas/consumidores, pode-se tecer as seguintes considerações:

- São 24 processos;
- Em 20 ações (83%) as agências são rés e em 04 ações (17%) são autoras, como mostra o gráfico 4;

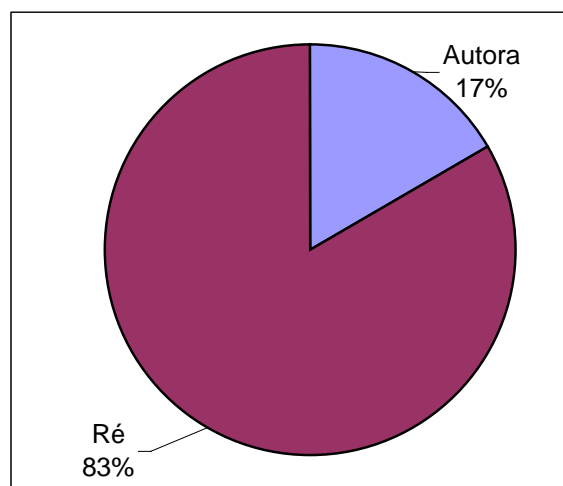


Gráfico 4 – Condição das agências de turismo em processos envolvendo consumidores

- Percebe-se que uma agência (CVC) tem dez ações, a Flytour tem duas ações, e doze agências possuem uma ação cada (gráfico 5).

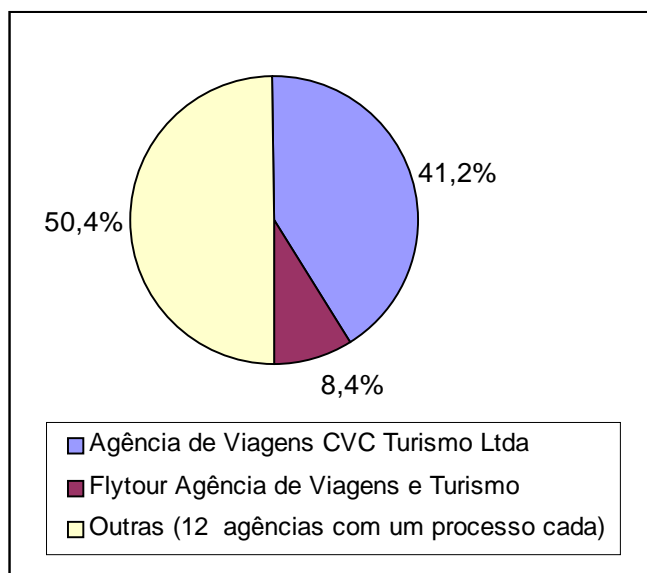


Gráfico 5 – Número de processos por agência

- São 11 processos (46%) no Juizado Especial Civil¹⁵ e 13 processos (54%) na Justiça Comum¹⁶, conforme o gráfico 6.

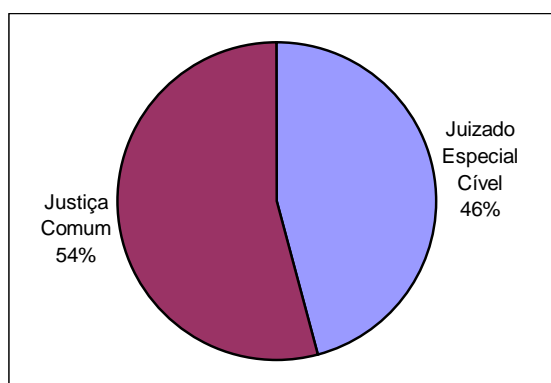


Gráfico 6 – Processos na Justiça Comum e no Juizado Especial Cível

¹⁵ O Juizado Especial Cível tem competência para conciliação, processo e julgamento das causas cíveis de menor complexidade, que, entre outros aspectos, o valor da causa não exceda a quarenta vezes o salário mínimo. Os processos nos Juizados Especiais devem orientar-se-á pelos critérios da oralidade, simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade.

¹⁶ A Justiça Comum caracteriza-se por julgar processos que não tenham “competência especial”, como por exemplo, a Justiça do Trabalho.

Em relação à natureza do processo na Justiça Comum, nota-se que:

- Seis (46%) são Processo de Execução¹⁷
- Cinco (38%) são Processo de Conhecimento¹⁸
- Um (8%) é Processo Cautelar¹⁹
- Um (8%) é Procedimento Especial (Ação Monitória)²⁰

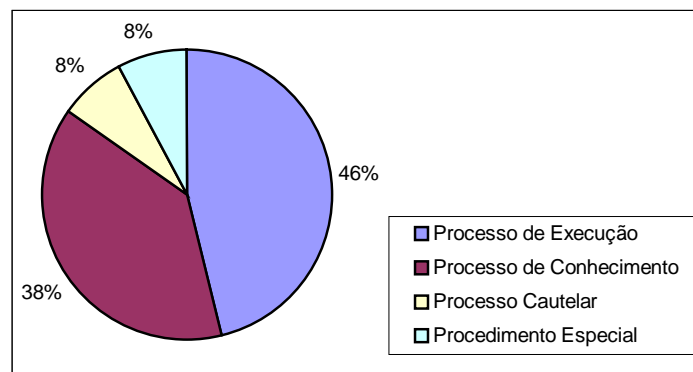


Gráfico 7 – Natureza dos Processos na Justiça Comum

Por sua vez, em relação à natureza do Processo nos Juizados Especiais Cíveis, nota-se que:

- Seis (55%) são Processo de Indenização por Danos²¹
- Cinco (45%) são Processo de Execução

¹⁷ O Processo de Execução é aquele por meio do qual se promove a efetivação das sanções, civis ou criminais, constantes de sentenças condenatórias; É o ato, no processo judicial, que tem por finalidade a efetivação das determinações constantes na sentença condenatória, tanto civil como penal.

¹⁸ Processo de Conhecimento: é aquele por meio do qual o credor busca ter sua dívida judicialmente reconhecida, além de determinar seu exato valor.

¹⁹ O Processo Cautelar é aquele que possui caráter acessório, ou seja, serve para que se consiga a decretação de medidas urgentes, que sejam julgadas essenciais ou apenas necessárias ao desenrolar de um outro processo, que seja de conhecimento ou de execução.

²⁰ A Ação Monitória compete a quem pretender, com base em prova escrita, porém sem eficácia de título executivo, pagamento de soma em dinheiro, entrega de coisa fungível ou de determinado bem móvel.

²¹ Danos aqui podem tanto ser Materiais como Morais.

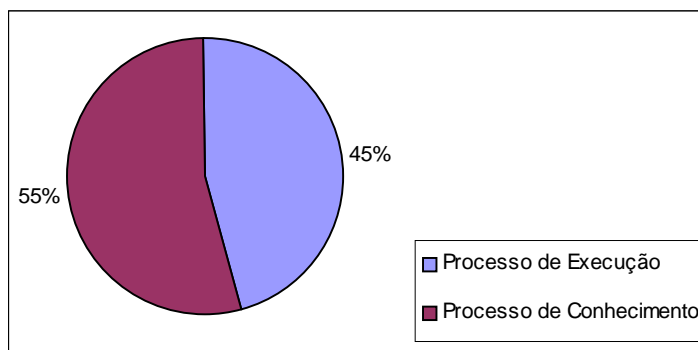


Gráfico 8 – Natureza dos Processos nos Juizados Especiais Cíveis

3.2.1 Problemas e Conflitos

A apreciação pormenorizada de cada uma das ações possibilitou a identificação dos problemas, além dos aspectos jurídicos que permeiam a relação.

A partir desses tópicos em análise pode-se então discutir e sugerir medidas que poderiam evitar os conflitos. A seguir, apresenta-se a ficha de cada processo para num segundo momento propor medidas de minimização dos conflitos.

As 24 ações detalhadamente analisadas são relações de consumo, pois de um lado da ação tem-se um consumidor de serviços turísticos e de outro tem-se um fornecedor de serviços turísticos. Qualquer um deles pode figurar tanto como autor como réu destas ações. Por esta relação ser de consumo, todas as características já estudadas ao longo deste trabalho deveriam ser cumpridas nas relações abaixo, mas, como não foram respeitadas, tornaram-se objeto de litígio e estão aqui descritas.

FICHAS DOS PROCESSOS

PROCESSO 1

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0101273-0

Autor: Julio César Petry de Vargas

Réu: Flytour Agência de Viagens e Turismo Ltda e Tap Air Portugal

Órgão Julgador: 5ª Vara Cível

Data de Propositura da Ação: 12/09/2002

Tipo de Ação: Ação de Indenização por Danos Morais²² e Materiais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

No processo em questão, o autor da mesma, que é o consumidor, adquiriu das rés (o consumidor acionou a agência e a companhia aérea por causa da responsabilidade solidária que existe entre os fornecedores), as fornecedoras do serviço, passagem aérea com destino a Londres, em virtude do programa de incentivo “*Bom dia Lisboa*”, que oferecia uma diária de hotel nesta cidade como parte da promoção. O autor alega que foi impedido de permanecer em Portugal pela fiscalização portuguesa, seguindo para Londres. Lá, também teve sua entrada na Inglaterra proibida pela Imigração, sendo assim deportado. Como argumentação para o ingresso da ação, Júlio César declarou que deixou de aprimorar seu Inglês, que era um dos propósitos da viagem, entretanto quando comprou a passagem, informou à agência (Flytour) que permaneceria apenas 08 dias em Londres. A ação foi julgada improcedente, afirmando o juiz que, nem a companhia aérea nem a agência que vendeu a passagem foram responsáveis pela frustração do passageiro realizar a viagem, isto é, não podem responder pelos atos da polícia alfandegária, atos exclusivos de terceiro, conforme artigo X do CDC. Pode-se ainda afirmar que houve a falta do dever de informar por parte do turista, ou seja, o autor da ação, pois o mesmo omitiu informações importantes no momento da compra da passagem.

²² Na mensuração do quantum indenizatório em virtude de dano moral, o juiz deve ter presentes as circunstâncias do caso concreto, como a extensão do dano, intensidade da culpa e dolo do agente, a situação econômica do ofensor e situação social e econômica da vítima. Soma-se a tais critérios o entendimento que o dano moral se presta a ressarcir a vítima e punir o ofensor.

PROCESSO 2

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0103993-0

Autor: Anne Caroline Ferreira da Silva

Réu: Agência de Viagens CVC Tur Ltda

Órgão Julgador: 5ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 19/07/2004

Tipo De Ação: Ação Declaratória de Inexistência de Débito cumulada com Indenização de Danos Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

A ação foi proposta porque o casal adquiriu pacote de lua-de-mel para Polinésia Francesa, pago em parcelas. Um mês antes da viagem os passageiros foram informados que seria melhor se eles fossem antes para o Chile (onde seria a escala para o Taiti), devido à época do ano e da dificuldade de teto, podendo acontecer do casal perder sua conexão, caso não adiantassem a saída de Porto Alegre. Com isto a autora alega que a viagem passou a custar R\$13.000,00 mais caro porque os vôos que partem do Chile para o Taiti só ocorrem 02 vezes por semana. A autora ficou sem a cópia do contrato nem da alteração. Ela ainda alega que a agência de viagens não deu informações sobre a viagem. Anne também declarou outros fatos. São eles: não houve o *city tour* no Chile como contratado, na primeira noite no Taiti foram colocados em um hotel convencional, não em bangalô sobre a água, como havia sido contratado; não houve *city tour* em Moorea; não houve traslado em Bora Bora, nem recepção ou *city tour* e o hotel, na opinião da autora da ação, era ruim. Não houve também o tratamento diferenciado prometido por se tratar de uma lua-de-mel, pois a agência esqueceu de informar aos hotéis. Depois do ocorrido a autora sustou 03 cheques, por isso ela pede a declaração de inexistência de débito e pediu 150 salários de danos morais.

Aqui, se as alegações da autora da ação forem comprovadas, houve descumprimento de deveres principais e deveres acessórios. Em relação aos primeiros, não foram cumpridos os serviços contratados, como o *city tour* em mais de um destino da viagem, um dos hotéis foi alterado para pior, não houve os traslados também contratados. Quanto

aos deveres acessórios, a autora reclamou que a ré não deu informações sobre a viagem, sendo ferido aqui o dever de informação e esclarecimento, pois o consumidor/turista tem o direito de receber as informações mais claras e precisas possível. Ainda quanto ao dever de informar, a agência deveria ter esclarecido, no momento da compra, a necessidade de antecipar a viagem em função de escalas.

PROCESSO 3

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0106263-0

Autor: Luiz Fernando L Kriger e Andréia Terre do Amaral

Réu: Liberty Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda

Órgão Julgador: 5ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 30/05/2004

Tipo De Ação: Execução de Sentença proveniente de Ação Indenizatória por Danos Materiais e Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Nesta ação o casal adquiriu pacote para Cancun comprado pela Liberty Travel, operado pela Flot e com vôo pela AeroCancun. Os autores passaram por grandes atrasos no vôo de volta. O casal inclusive teve que voltar em vôos separados. Andréia teve que pagar novamente sua passagem de São Paulo para Porto Alegre. O juiz sentenciou com o pagamento desta passagem paga pela autora, 1/7 do valor do pacote e como dano moral o valor integral do pacote.

Esta ação foi proposta apenas contra a agência de turismo e esta deverá pagar pelo prejuízo dos autores da ação. Porém, a Liberty, a Flot e a AeroCancun são todas fornecedoras e por se tratar de relação de consumo, são responsáveis solidárias. Neste sentido, a agência de turismo Liberty tem Direito de Regresso contra os outros dois fornecedores para que arquem com sua parte. O artigo 12 Parágrafo Único do Código de Defesa do Consumidor afirma que aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causa do evento danoso.

Nesta relação houve falhas no dever principal, ou seja, nos serviços contratados em si e conseqüentemente nos deveres acessórios, principalmente de proteção e cooperação.

PROCESSO 4

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.1640150-9

Autor: Ézio Teixeira e Cláudia Teixeira

Réu: Agência de Viagens CVC Turismo Ltda

Órgão Julgador: 9ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 23/02/2005

Tipo De Ação: Ação Indenizatória de Danos Materiais e Danos Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Os autores da ação compraram pacote para Aruba para passar lua-de-mel. O mesmo incluía assessoria de um guia de turismo, com quem tiveram problemas. A empresa encarregada deste atendimento no local informou um dos programas (Noite Mexicana) na data errada e o casal não pôde participar da festividade. A guia não entrou em contato com os passageiros nem depois de muitas tentativas desses. Também não entregou os cupons de desconto que eles teriam direito. A CVC é ré, pois foi ela quem escolheu este fornecedor (Empresa Maria Bonita Representações) para prestar os serviços de receptivo, havendo aqui a responsabilidade solidária e a “culpa in contraendo”²³ e “culpa in eligendo”²⁴. A viagem custou em de torno de R\$8.000,00 e os autores da ação estão pedindo dez vezes o valor da viagem. Nesta relação houve também o descumprimento de deveres principais e acessórios, no caso deste último, o dever de proteção.

²³ Esta expressão significa “culpa em contratar”. No caso em pauta significa dizer que a CVC tem culpa na medida que ela escolhe seus parceiros comerciais pois esta empresa que foi contratada para prestar serviços de receptivo estava agindo em nome da CVC.

²⁴ Expressão que significa “culpa na escolha”. Esta é uma complementação da expressão acima, querendo dizer, no caso em questão, que a culpa da escolha da empresa responsável pelo receptivo é exclusiva da CVC.

PROCESSO 5

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0173188-5

Autor: Jeferson Wehmeyer e Cláudia Wehmeyer

Réu: Rodamundo Agência de Viagens e Turismo e Flytour Viagens e Turismo Ltda

Órgão Julgador: 12ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 28/04/2004

Tipo De Ação: Ação de Indenização por Danos Materiais e Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Os autores da ação compraram passagens para viagem a Espanha. A compra foi feita pela Rodamundo, mas esta utiliza os serviços da Flytour para emissão de passagens aéreas. No *check-in* da volta ficaram sabendo que seus nomes não estavam na lista do voo e sim só para um voo sete dias depois. Rodamundo e Flytour alegaram ilegitimidade passiva, ou seja, que não deveriam figurar como réis nesta ação, argumentando que o problema havia sido com a Varig. O juiz não concordou e condenou as duas empresas por danos materiais (107,00 Euros, pelos gastos que tiveram com mais uma noite na Espanha) e por danos morais R\$20.000,00 dividido entre as duas em razão da responsabilidade solidária. O juiz afirmou que faltaram os deveres de cuidado e proteção para com os clientes, pois estes falharam muito na resolução do problema, só tentando trazer para o processo situações que os isentasse da culpa.

PROCESSO 6

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0583460-3

Autor: TBRs Agência de Viagem e Turismo Ltda

Réu: Antônio João Saraiva Collares Machado

Órgão Julgador: 12ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 22/12/2004

Tipo De Ação: Ação Monitória

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autora é credora do réu em virtude de um cheque sem fundos emitido pelo mesmo. A origem da dívida é um pacote turístico para Porto Seguro na data de 17/07/04, comprado para a filha. Neste caso o consumidor descumpriu seu dever principal, ou seja, pagar pelo serviço prestado.

PROCESSO 7

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.2273165-5

Autor: Carlos Alberto Gomes Chiarelli

Réu: Garuda Travel Agência de Viagens e Turismo Ltda

Órgão Julgador: 13ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 22/04/2005

Tipo De Ação: Execução de Sentença

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

O autor da ação comprou pacote de viagem para Europa para duas pessoas e pagou R\$9.000,00 entre passagens, hotéis, bilhetes de trem, e outros. A agência não repassou o dinheiro para seus fornecedores e com isso eles não puderam viajar. Aqui houve o crime de apropriação indébita por parte da empresa ré. O autor busca, por meio de ação civil reaver o valor pago.

PROCESSO 8

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0189639-6

Autor: Carlos Ricardo Wisniewski

Réu: Ática Agência de Viagens e Turismo

Órgão Julgador: 13ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 11/10/2004

Tipo De Ação: Processo Cautelar

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Em 1999 o autor da ação comprou passagens aéreas para São Paulo, onde faria entrevista de emprego (valor da passagem: aproximadamente R\$600,00). Não conseguiu o emprego e não conseguiu pagar toda a passagem. A requerida protestou e diz que agora a dívida chega perto de R\$1.000,00. O autor quer seu nome seja retirado do Serasa. Em julgamento preliminar o juiz não acolheu o pedido. Neste caso o consumidor descumpriu seu dever principal, ou seja, pagar pelo serviço prestado.

PROCESSO 9

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0209999-6

Autor: DC Tur Agência de Viagens e Turismo Ltda

Réu: Makeda Pet Industria e Comercio Ltda

Órgão Julgador: 15ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 31/03/2003

Tipo De Ação: Ação Monitória

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

A ação gira em torno da aquisição de passagens aéreas para viagens realizadas por funcionários e parceiros comerciais da ré. Esta empresa adquire freqüentemente passagens, mas desta vez não pagou o preço contratado. A empresa (consumidor, pois adquire passagens como destinatário final) descumpriu seu dever principal, ou seja, pagar pelo serviço prestado.

PROCESSO 10

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0215782-1

Autor: Aerotur Agência de Viagens e Turismo Ltda

Réu: Intersul Alimentos Ltda

Órgão Julgador: 15ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 06/02/2004

Tipo De Ação: Execução de Título Extrajudicial
--

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

A Intersul Alimentos comprou passagens para seus funcionários com a agência autora da ação. Esta ação gira em torno de duplicatas que foram emitidas como garantia do pagamento, mas não foram pagas. Intersul é destinatário final, pois as passagens foram adquiridas para seus funcionários. Neste caso o consumidor (Intersul Alimentos Ltda) descumpriu seu dever principal, ou seja, pagar pelo serviço prestado.

PROCESSO 11

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.1637853-1

Autor: Trip & Travel Agência de Viagens Ltda

Réu: Adalberto Luiz Frasson e Brunno Prado De Cordova Simeão

Órgão Julgador: 16ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 18/02/2005

Tipo De Ação: Processo de Conhecimento

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Filho de Adalberto viajou para Nova Zelândia. Para o pagamento da passagem foi dado o cartão de crédito do pai, este não foi aceito, mas a Agência Continental Turismo (que foi de quem os réus compraram a passagem), informou que eles haviam dado outro cartão e que estava tudo acertado. A autora então emitiu a passagem e o filho do réu viajou. Depois de um tempo a companhia aérea Aerolineas Argentinas se deu conta que a passagem não havia sido paga e cobrou da empresa autora da ação. A autora foi induzida em erro pela Continental Turismo e pelo réu que viajou e não pagou. Os réus contestam argumentando que a realidade financeira deles é outra e por isso deve ser improcedente o pedido. No caso em tela, o consumidor descumpriu seu dever principal, ou seja, pagar pelo serviço prestado.

PROCESSO 12

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0222915-6

Autor: Isabel Roncato

Réu: Agência de Viagens CVC Turismo Ltda e Tam Linhas Aéreas S/A

Órgão Julgador: 16ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 26/08/2004

Tipo De Ação: Execução de Sentença procedente de Ação de Indenização por Dano Moral

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

A autora da ação adquiriu pacote turístico com passagens aéreas, hotel, traslado, city tour e festa *luau*. Por problemas no voo da Tam houve atrasos e passageira perdeu a primeira noite e festa. CVC denunciou²⁵ a Tam e o juiz acolheu o pedido. A empresa CVC perdeu e juiz condenou a Tam Linhas Aéreas a ressarcir a CVC.

PROCESSO 13

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 1.05.0235637-9

Autor: Maria Cristina Hoppe

Réu: Soletur Agência de Viagens e Turismo Ltda e Banco ABN

Órgão Julgador: 17ª Vara Cível

Data De Propositura Da Ação: 23/03/2001

Tipo De Ação: Execução de Sentença

²⁵ Neste processo ocorreu a “denúnciação da lide” que vem a ser uma forma de provocar a intervenção de terceiros num processo, com o intuito de viabilizar a economia de processos. Permite o Código de Processo Civil que uma pessoa (física ou jurídica), sempre que estiver sendo processada para pagar alguma coisa, chame para participar da ação alguma outra pessoa (também física ou jurídica), de quem poderá cobrar aquela quantia, caso seja condenada, sem precisar mover uma outra ação (ação de regresso).

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Problema em viagem para Nova York. Avião de Porto Alegre para São Paulo chegou às 19hs e o voo para Nova York já havia saído às 18:45hs. Chegando ao destino, não houve o serviço receptivo e as passageiras foram acomodadas em hotel inferior ao contratado. A empresa Soletur informou que devolveria último cheque como forma de compensação pelo ocorrido, porém não o fez e entregou o mesmo ao seu banco, que também figura como réu deste conflito. A autora da ação pediu a manutenção da sustação de protesto deste cheque e o juiz aceitou. Houve revelia²⁶. A autora teve seu pedido procedente no processo de conhecimento e essa decisão se transformou nesta execução de sentença. Houve descumprimento parcial do dever principal, na medida que não prestou certos serviços contratados. Ainda foram descumpridos deveres acessórios. O dever de informar, principalmente sobre o horário dos voos, fato este desencadeador dos problemas. Ainda o dever de lealdade, no momento que a empresa afirmou que iria devolver um cheque como forma de compensação pelo ocorrido e não o fez.

PROCESSO 14

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0006714-5

Autor: Elmar Jonas Manique da Silva

Réu: EBC Agência de Viagens e Turismo Ltda

Órgão Julgador: 2º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 09/10/2000

Tipo De Ação: Execução de Sentença proveniente de Ação de Reparação de Danos

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Em virtude de um anúncio de viagem Santos-Lisboa com o navio Funchal o autor comprou pacote para duas pessoas, parcelado. Dois meses após a contratação, a agência informou que eles haviam sido transferidos para outro navio em datas similares (SS

²⁶ Revelia é a condição a que se reduzirá o réu que não apresentou defesa, ou abandonou o processo. Neste caso, os próximos atos processuais seguirão independentemente de seu conhecimento.

Rembrandt). Dez dias antes do embarque a agência solicitou um pagamento adicional, quase 200% mais que a viagem escolhida, em virtude da troca do navio. Como ele não teria condições de efetuar este pagamento teve que desistir da viagem e aceitou a devolução dos cheques, porém a agência continuou cobrando a viagem. Quando a EBC ressarcia o cliente, o fez com um cheque sem provisão de fundos. No momento que houve a troca de navios, ocorreu uma alteração unilateral. Esta alteração foi de culpa exclusiva do fornecedor, não podendo o consumidor ser punido por isso. Ainda, a agência não só cobrou o acréscimo para prestar o serviço, como, na desistência da viagem por parte dos consumidores a empresa reteu os valores já pagos, havendo aqui uma apropriação indébita.

PROCESSO 15

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0136051-2

Autor: Dorval Nunes Cuty

Réu: Agência de Viagens CVC Tur Ltda

Órgão Julgador: 3º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 28/02/2005

Tipo De Ação: Execução de Sentença de Ação de Indenização por Danos Morais e Materiais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autor firmou contrato de prestação de serviços de turismo por adesão (contrato de adesão), incluindo *city tour*. Ao chegar foram informados que não haveria por falta de pagamento e os passageiros teriam que pagar (novamente) pelo serviço. Houve falta de informação entre a CVC e a Localtur, empresa responsável pelo receptivo no destino. O dano material foi arbitrado em R\$ 150,00 que foi o valor do *city tour* duas vezes cobrado e o dano moral foi arbitrado em R\$2.600,00. Foi descumprido parcialmente o dever principal de prestar determinado serviço. Ainda houve descumprimento do dever de cooperação para com o cliente, pois, no momento que este afirma que pagou pelo servi-

ço, caberia à prestadora de serviço receptivo confirmar a informação com a CVC e não simplesmente cobrar o valor do *city tour* novamente.

PROCESSO 16

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0028359-0

Autor: Liege Alves

Réu: Agência de Viagens CVC Tur Ltda e Tam Linhas Aéreas S/A

Órgão Julgador: 3º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 10/12/2004

Tipo De Ação: Ação de Indenização

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Ação gira em torno de uma compra de pacote para o Nordeste (Salvador e Maceió). Primeiramente, houve uma escala não prevista em Aracaju, que não só demorou muito como os passageiros também tiveram que continuar a viagem em uma van. Chegando em Maceió não havia a reserva do hotel, nem sua inscrição no *city tour*. O juiz considerou a Tam ilegítima para figurar como ré e condenou apenas a CVC. Para ele houve desorganização da CVC que deveria estar preparada para incidentes como atrasos de vôos e que a mesma agiu de forma omissa. O dano material foi arbitrado em R\$ 82,46 que foi o valor do *city tour* e o dano moral foi arbitrado em 2 vezes o valor do pacote, ou seja, R\$3.483,00. Houve má prestação dos serviços contratados e evidente falta do dever de proteção para com os turistas.

PROCESSO 17

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0014354-2

Autor: Guilherme Brandenburger, Luciano Billodre, Luiz Mauricio Kunz e Renato Gorga Bandeira de Mello

Réu: Agência de Viagens CVC Turismo Ltda

Órgão Julgador: 3º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 30/09/2004

Tipo De Ação: E Execução decorrente de Ação de Indenização por Danos Materiais e Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autores compraram pacote para Ceará e Bahia. O voo mudou de horário e quando os passageiros chegaram no aeroporto o mesmo já havia saído. A companhia aérea Vasp informou que havia mudado há um mês. Procuraram a CVC que não forneceu muitas informações, porém, ofereceram passagens para as seis da manhã do dia seguinte. O juiz condenou o pagamento de R\$150,00 para cada passageiro por danos materiais referente à noite de hotel que perderam e quatro salários para cada referente a danos morais. A CVC tentou alegar culpa da Vasp, mas como há a responsabilidade solidária, os consumidores podem escolher de quem irão cobrar e estes escolheram a CVC.

PROCESSO 18

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0273905-1

Autor: Hugo Alberto Fuertenau Maciel

Réu: Agência de Viagens CVC Turismo Ltda

Órgão Julgador: 4º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 10/03/2005

Tipo De Ação: Reparação de Danos

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autor da ação adquiriu pacote da CVC para a cidade de Natal, através da Agência Rodamundo. As acomodações eram completamente diferentes daquelas mostradas no site da CVC. Já no hotel, foram informados de que as fotos eram dos quartos reformados e que estavam todos lotados. Como o quarto oferecido estava todo estragado os autores recusaram-se a ficar. A CVC ofereceu uma troca de hotel, porém cobraram R\$ 430,00 do casal. Nesta ação, pediram o abatimento no pacote e o ressarcimento deste extra pela troca do hotel. O juiz entendeu haver falha no serviço, descaso da empresa

para com os passageiros, pois na petição inicial²⁷ eles relataram a dificuldade que tinham na comunicação com os funcionários da agência. O juiz acolheu o pedido dos autores através do pagamento por parte da ré, do valor dos gastos extras com o hotel e o valor do pacote que foi de R\$ 3.276,00. A CVC não apresentou defesa e foi considerada revel. No momento que a CVC inseriu informações no *site* a empresa passou a ter um dever de informar qualificado, ou seja, com uma maior riqueza de informações. Se o hotel não dispõe de todos os apartamentos como os mostrados no *site*, isto deve ser informado com clareza para o consumidor que acessa a página eletrônica. Este dever deve ser cumprido, mesmo que a contratação não tenha sido feita por meio eletrônico, pois o mesmo influi na escolha do consumidor.

PROCESSO 19

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0274141-2

Autor: Sandra Kravetz e Rosaura de Fatima D'avila Pinto

Réu: Agência de Viagens CVC Turismo Ltda

Órgão Julgador: 4º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 11/03/2005

Tipo De Ação: Ação de Indenização por Danos Materiais e Morais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Pacote para Salvador e Itacaré. No hotel de Salvador deram um apartamento com cama de casal quando havia sido expressamente pedido duas camas de solteiro. A troca de quarto foi efetuada e as autoras foram colocadas em um quarto que dava de frente para a distribuição de um supermercado e logo cedo e no final da noite o barulho dos caminhões era horrível. Em Itacaré trocaram os hotéis previamente escolhidos pelas passageiras e neste novo hotel havia uma criação de galinhas e as hóspedes eram “acordadas” por volta das 5hs da manhã. Houve também atrasos nos vôos e a empresa não estava lá para prestar o apoio necessário. Como dano moral o juiz concedeu

²⁷ A petição inicial é o instrumento pelo qual o interessado provoca a atividade jurisdicional, fazendo surgir o processo. É nela que o interessado formula sua pretensão, expondo os fatos, fundamentando juridicamente e fazendo um pedido.

R\$1.000,00 para cada uma, como dano material, metade do pacote, ainda foi reembolsado o valor do hotel de Itacaré que havia sido trocado sem a anuência das autoras da ação. A CVC não apresentou defesa e foi considerada revel.

PROCESSO 20

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0018730-2

Autor: Marcos Vinicius Nespolo De David

Réu: Estação Trip Brasil Agência de Viagens e Turismo

Órgão Julgador: 4º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 06/10/2004

Tipo De Ação: Execução de Sentença proveniente de Ação de Reparação de Dano Moral e Patrimonial

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autor ganhou concurso promovido por sua escola e recebeu como prêmio excursão a Porto Seguro/BA. A saída seria às 8:00hs da manhã com sua turma do colégio, mas alteraram somente o dele para o meio-dia, com outra turma. Ele disse que não iria porque os amigos dele estavam no outro ônibus, com isso o rapaz decidiu por não viajar. O juiz entendeu que ir junto com os amigos seria importante para um adolescente, especialmente em viagem longa. Não se admite tratamento diferenciado porque o dele não foi pago. O juiz condenou ao pagamento de danos materiais e morais. Houve aqui o descumprimento do dever acessório de lealdade e cooperação, pois a empresa fornecedora praticou ato (troca do passageiro para outro ônibus) que frustrou as expectativas que faziam parte da prestação.

PROCESSO 21

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0018073-1

Autor: Alessandra Hertz Berg Albuquerque

Réu: Flytour Agência de Viagens e Turismo Ltda, Planalto Turismo e Tam Linhas

Aéreas S/A

Órgão Julgador: 4º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 25/08/2004

Tipo De Ação: Ação de Indenização por Dano Moral e Material

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Mãe da autora comprou pela Planalto Turismo, que emitiu através da Flytour, passagem da companhia aérea Tam. No *check-in* afirmaram que ela não poderia embarcar, alegando que não havia sido paga a taxa de embarque. A autora não tinha dinheiro e isto lhe causou humilhação, pois havia várias pessoas na fila. Depois de muito tempo (ela perdeu o seu voo e ainda um outro mais tarde) viram que foi um engano. Tam afirma que não recebeu o valor. Planalto contrapõe que repassou para a Flytour, que não repassou para a Tam. Flytour alega que a relação da autora é com a Planalto. O juiz conclui ser esta uma relação de consumo e arbitrou em R\$3.000,00 a indenização, a ser paga solidariamente entre as rés. No caso em questão, ocorreu claramente a falta do dever de cuidado, pois não houve o zelo pela integridade moral da contratante.

PROCESSO 22

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0021526-8

Autor: Daniel de Oliveira dos Santos

Réu: Milênio Agência de Turismo e Viagens

Órgão Julgador: 5º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 23/07/2002

Tipo De Ação: Execução de Sentença proveniente de Ação de Indenização por Danos Materiais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autor contratou empresa ré para que levasse um grupo de 44 pessoas a Torres/RS. A empresa também teria que levar o grupo de volta para Viamão/RS, mas não veio no horário combinado. O autor teve que desembolsar R\$850,00 com gastos de

acomodação e transporte. A empresa ré não compareceu quando citada²⁸, resultando em revelia. O juiz evidenciou, que por ser uma relação de consumo, deve ser seguido art. 6 VI, que informa que entre os direitos básicos do consumidor está a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais.

PROCESSO 23

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0021866-6

Autor: Raquel Madeleine da Costa

Réu: Agência de Viagens CVC Tur Ltda

Órgão Julgador: 5º Juizado Especial Cível

Data De Propositura Da Ação: 06/01/2003

Tipo De Ação: Ação de Indenização por Danos Morais e Materiais

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

Autora adquiriu pacote turístico para Bariloche (Argentina). Vários incidentes ocorreram: houve um acidente com o ônibus no passeio Circuito Chico; houve demora no atendimento e a ré não ofereceu o cartão *Assist Card* (seguro) incluído no pacote; a visita ao Cassino não ocorreu bem como a visita à uma fábrica de chocolate, ambos incluídos no pacote contratado. A autora ganhou parcialmente a ação. R\$1950,00 pelo valor do pacote, acrescidos de R\$1.500,00 de danos morais. A CVC recorreu e o Tribunal de Justiça²⁹ diminuiu o valor do dano moral para R\$780,00. A empresa CVC não só deixou de cumprir deveres de prestação principal (passeios), como violou os deveres acessórios de proteção, cuidado e cooperação.

PROCESSO 24

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Número: 3.05.0025272-4

Autor: Hamilton Luiz de Souza Moraes e Beatriz Barcellos de Souza Moraes

²⁸ Citação: é o ato pelo qual se chama a juízo o réu ou o interessado.

²⁹ Órgão que julga os recursos.

Réu: Agência de Viagens CVC Tur Ltda Órgão Julgador: 5º Juizado Especial Cível Data De Propositura Da Ação: 06/01/2003 Tipo De Ação: Ação de Indenização por Danos Materiais e Morais
--

IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA E ASPECTOS JURÍDICOS

O casal adquiriu um pacote para Maceió. Devido a atrasos no voo perderam duas noites de hotel e, lá chegando, foram acomodados em hotel diferente do contratado, de categoria inferior. Os autores requerem o valor das duas diárias não desfrutadas e a respectiva diferença em relação às acomodações em que foram colocados. A CVC contestou alegando ilegitimidade passiva, pois a compra foi feita na empresa Beth Turismo. Porém esta é franqueada da CVC, com loja no *shopping center* Praia de Belas onde consta apenas o nome da CVC. O juiz afirmou que esta alegação beirava a má-fé, pois há a responsabilidade solidária. Também argumentou que a ré possui a obrigação de utilizar todos os meios e não medir esforços para que as viagens de seus clientes saiam de acordo com o planejado e contratado (dever de lealdade e cooperação). A decisão foi favorável aos autores, recebendo de dano moral R\$4.000,00 e de danos materiais R\$86,00 referentes às diárias não desfrutadas. A esposa não comprou a parte aérea com a CVC e esta alega isso em sua defesa. O processo está em fase de recurso.

3.2.2 Medidas para Minimização de Conflitos

Após o estudo detalhado das ações que envolvem Agências de Turismo e Turistas/Consumidores, é possível propor algumas medidas a serem adotadas por ambas as partes, que podem vir a minimizar os conflitos existentes nestas relações de consumo.

O agente de viagens deve sempre buscar o maior número de informações do cliente, conhecer seu perfil, suas expectativas.

Tomelin (2001, pp. 103-104) explica que uma das modernas teorias na relação ao mercado/consumidor é a customização. Customizar nada mais é do que valorizar a personalidade do cliente, atendendo suas necessidades, desejos, gostos, administrando seus temores. Este tipo de tratamento dado ao cliente faz com haja a fidelização do consumidor e, conhecendo-o melhor, o fornecedor estará mais apto a dar informações que proporcionem um alto grau de satisfação, evitando frustrações, e conseqüentemente, conflitos.

Também é de extrema importância ter sempre um feedback dos clientes após uma viagem.

Além de o cliente ter uma sensação de que sua opinião é importante para a empresa, uma informação sobre um hotel ou uma empresa de receptivo, por exemplo, pode prevenir futuros incômodos.

Tomelin (2001, p. 113) trata do gerenciamento do relacionamento com o cliente (CRM – Customer Relationship Management), destacando o “call center” como uma das áreas de atuação. Na apreciação desse autor, esta central não deve ser apenas uma central de atendimento, mas sim uma central de relacionamento. Este mecanismo pode ser usado como uma ouvidoria, onde o turista pode tirar dúvidas, fazer reclamações que podem ser resolvidas, muitas vezes de forma simples, evitando não só reclamações em órgãos de proteção ao consumidor, como futuras ações judiciais.

Oliveira e Ikeda (2002, p. 38) afirmam que a oferta de serviços com excelência pressupõe uma rotina de trabalho que verifique continuamente a sua adequação perante o mercado. Para estas autoras, uma empresa que não abre espaço para ouvir o que seu cliente tem a dizer, não conhece os seus pontos de vista e pode erroneamente supor, com base na ausência de reclamações, que ele esteja satisfeito.

O agente deve obter o maior número de informações daquilo que está vendendo para assim poder informar melhor o seu cliente.

Como já visto no decorrer desta dissertação (2.3.5 Deveres Acessórios), a agência de turismo tem o dever de informar e esclarecer sobre os produtos e serviços, seja por expressa disposição legal³⁰ seja em atenção ao mandamento da boa-fé.

No momento que o agente promete um determinado serviço ou cortesia, o mesmo deve cumprir com o prometido.

Se, por exemplo, um casal em lua-de-mel está esperando por um atendimento especial em virtude da data, ficarão muito frustrados se isso não ocorrer. Oliveira e Ikeda (2002, p. 37) afirmam que um erro cometido na prestação de um serviço é notado no nível pessoal do cliente, trazendo fortes impactos negativos à avaliação da qualidade.

O agente de viagens não pode ter em mente que suas tarefas terminaram imediatamente após a venda.

Enquanto o passageiro está em viagem, ele deve estar atento para garantir o sucesso de sua venda e a satisfação de seu cliente. Para isso, deve estar em constante contato com seus fornecedores e atento aos problemas que podem estar ocorrendo.

Contratar fornecedores de confiança, eliminando da lista aqueles que causam problemas.

Para isso, cada fornecedor deve ser um parceiro. Este é um dos maiores desafios das agências, pois é vasto o número de fornecedores turísticos, entre hotéis, receptivos, entre tantos outros serviços que compõe uma viagem. Porém, com o decorrer de suas atividades, pode aprimorar um cadastro de fornecedores/parceiros prioritários, com base na avaliação dos serviços e produtos por eles prestados.

Quando a agência percebe que errou, deve fazer de tudo para ajudar o cliente. Isto também deve ser aplicado quando um fornecedor seu cometeu um erro.

A Agência não pode apenas procurar os culpados, mas deve agir de imediato para garantir o bem estar de seu cliente. Conforme menciona Swarbrooke (2002, p.313), "o turista não espera perfeição, mas uma ação imediata, no caso de algum pro-

³⁰ Ver artigos 12, 14, 20, 30, 31, entre outros, do Código de Defesa do Consumidor.

blema". O mesmo autor ainda ressalta que lidar de maneira eficaz com dificuldades e reclamações pode aumentar incrivelmente a satisfação do turista. Se tudo transcorre conforme o planejado, os turistas tendem a não perceber, porém quando algum problema ocorre e este é prontamente solucionado, a imagem da empresa frente o turista poderá, inclusive, ser melhorada.

O agente deve estar preparado para incidentes mais rotineiros, pois estes acontecem.

Uma questão freqüente nos dias de hoje, é a problemática dos atrasos de vôo. O agente pode fazer uma avaliação do histórico de suas vendas. Por exemplo, se um vôo doméstico costuma atrasar e passageiros já perderam conexões em função disso, o mesmo deve oferecer aos seus clientes um maior tempo de conexão.

Sites são um excelente instrumento de venda, mas se mal utilizados podem ser fonte de problemas.

As Agências de Turismo devem atualizar com freqüência suas páginas, bem como informar quando há restrições ou exceções, evitando assim criar expectativas que podem não ser atendidas. Para Swarbrooke, (2002 p.31), deve-se criar expectativas realistas, caso contrário, geram-se insatisfações.

O agente deve sempre prestar atenção aos detalhes e repassá-los aos seus fornecedores.

Ninguém gosta de chegar em um hotel e não ter disponível um apartamento conforme solicitado. Exemplo desse problema é uma cama de casal quando deveriam ser duas de solteiro. Em alguns casos, isto pode gerar bastante desconforto.

Entregar o maior número de documentação escrita para os clientes.

Isto não só minimiza problemas como pode servir de prova documental para a agência. Uma boa alternativa é fazer um *check list* de tudo que foi entregue. Este ainda pode ser assinado pelo passageiro, sendo uma garantia para ambas as partes. Por exemplo, um turista que perde o vôo e alega não saber que deveria estar no aeroporto 1

hora antes. Se o agente utiliza o *check list* e esta informação está lá como recebida e assinada, o agente/fornecedor tem prova que agiu com prudência e responsabilidade para com seu cliente. A prova é de extrema importância para o fornecedor em uma relação de consumo, pois o ônus de provar qualquer informação será sempre do fornecedor.³¹

Sempre fornecer um contato para o passageiro.

Muitas vezes um simples telefonema pode resolver questões que poderiam tomar uma proporção maior.

Deixar claro as características do que está sendo ofertado para não criar falsas expectativas.

Os turistas, na maioria das vezes, procuram preços baixos, mas quando chegam no local de destino querem qualidade e esquecem que pagaram pouco que pelo contrataram.

Já o consumidor deve buscar informações sobre a empresa com quem está contratando.

Nesse sentido deve checar os seus antecedentes, utilizar agências indicadas por outras pessoas, etc. Verificar se é cadastrada na Embratur, em entidades ou associações como BRAZTOA – Brazilian Tour Operator Association, IATA – International Air Transportation Association, ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens, ou se tem implantado as normas ISO. Tais entidades funcionam “como um selo de qualidade” por meio das quais o consumidor pode checar a idoneidade e seriedade da agência de turismo.

O consumidor deve ainda fornecer informações pessoais fidedignas, tantas quantas forem solicitadas.

Conhecendo melhor o turista, o agente tem subsídios para oferecer o que for mais adequado ao mesmo.

³¹ Conforme art. 6, VIII do Código de Defesa do Consumidor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término da pesquisa é possível tecer as considerações a seguir.

Quanto aos principais resultados, destacam-se:

- A legislação aplicada ao Turismo ainda contém lacunas. A Lei Geral de Turismo será um avanço para a organização das relações e a minimização de conflitos, porém, a mesma ainda necessitará de regulamentações futuras por tratar com amplitude vários de seus temas.
- Verificou-se que o número de processos envolvendo agências de turismo e turistas-consumidores foi consideravelmente baixo, apenas 24 processos no Fórum Central de Porto Alegre/RS, revelando que, ou existe uma litigiosidade reprimida, ou que os problemas estão sendo resolvidos fora do âmbito judicial;
- A justiça é morosa. Um dos processos analisados teve sua propositura no ano de 2000, no Juizado Especial Civil, onde um de seus princípios é o da celeridade;
- A maioria dos problemas discutidos nas ações pesquisadas tratava de situações facilmente solucionadas. A adoção de medidas simples poderia evitar vários desses conflitos;

- Com exceção do Processo 4, onde os autores (consumidores) pleiteiam por 10 vezes o valor do pacote turístico como compensação por dano moral, caracterizando talvez o enriquecimento ilícito, o restante dos pedidos são razoáveis e justos, condizem com os danos sofridos e são, em sua maioria, acolhidos pelo juiz.

Quanto aos objetivos traçados no início da pesquisa, observa-se que:

O objetivo geral que visava identificar e analisar a relação jurídica existente entre agências de turismo (prestadores de serviços turísticos) e turistas (consumidores) foi alcançado, na medida que foram analisadas as partes envolvidas e identificada a relação de consumo existente, bem como as conseqüências advindas desta relação.

Os objetivos específicos também foram atingidos: o primeiro consistia em levantar os problemas oriundos do vínculo entre as partes envolvidas (agências de turismo e turistas) e foi alcançado com a pesquisa de campo realizada nas dependências do Fórum Central de Porto Alegre/RS; o segundo, de sistematizar e categorizar os aspectos jurídicos que permeiam estas relações também foi alcançado e disponibilizado nas fichas dos processos; finalmente, o terceiro objetivo específico, de propor medidas para a minimização dos conflitos por ambas as partes também foi atingido e apresentado no subitem 3.2.2.

Com relação a problemas, dificuldades e limitações encontradas no decorrer do estudo, pode-se dizer que:

- Apesar do avanço de pesquisas sobre a temática no último ano, ainda há falta de bibliografia sobre o assunto, tanto de publicações nacionais, como

internacionais. As pesquisas em Direito do Turismo como um todo são recentes e a maioria é baseada, ainda, somente na reflexão teórica.

- Uma outra dificuldade foi a adequação da linguagem jurídica, pois a mesma possui um vocabulário bem específico e muitas vezes não é compreendido por profissionais e estudiosos de outras áreas, como é o caso do Turismo.

“Conflitos são próprios das relações humanas e é necessário que o Direito os estude em abstrato para que proponha uma multiplicidade de caminhos que possam ser usados em concreto de acordo com as particularidades de cada caso”. O Código de Defesa do Consumidor relaciona, ao longo de seu texto, uma série de práticas que devem ser respeitadas pelos fornecedores. “Investidores, empreendedores, administradores e empregados precisam estar cientes e atentos a essas regras, evitando, assim, problemas jurídicos que possam causar prejuízo”. A análise dessas previsões normativas deixa claro que a leviandade e a negligência administrativas são vias curtas para o fracasso. (MAMEDE, 2004, p. 113).

Se uma agência de turismo pretende manter-se competitiva, o esforço para preservar a qualidade, dentro das normas legais, é fundamental. A melhoria contínua deve fazer parte da estratégia de um fornecedor turístico. Por isso, conquistar qualidade nos serviços é fundamental para o bom andamento de uma empresa, seja ela de turismo ou não. A qualidade não só garantirá o sucesso do negócio com o retorno dos clientes, mas também evitará conflitos legais.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATHENIENSE, Luciana Rodrigues. *A responsabilidade jurídica das agências de viagem*. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

BECKER, Anelise. *Elementos para uma teoria unitária da responsabilidade civil*. Disponível em: <http://www.direitobancario.com.br/artigos/direitocivil/01mar_90.htm> Acesso em: 01/05/02.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 8.ed. São Paulo: SENAC, 2003.

BRASIL. *Código de defesa do consumidor: Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990*. Disponível em: <http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em: 03/05/2004.

_____. *Decreto nº 84.934, de 21 de julho de 1980*. Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/mintur/parser/ministerio/legislacao/item.cfm?id=069FD22C-E07D-D342-825182D84CBC6598>> Acesso em 03/05/2004.

CORDEIRO, Antonio Manuel da Rocha e Menezes. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2001.

FERRAZ, Joandre Antonio. *Regime jurídico do turismo*. São Paulo: Papyrus, 1992.

FEUZ, Paulo Sérgio. *Direito do consumidor nos contratos de turismo*. Bauru, SP: EDIPRO, 2003.

GOELDNER, Charles R. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 8.ed. New York: John Wiley & Sons, 2000.

GOMES, Orlando. *Contrato de adesão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1972.

MAMEDE, Gladston. *Agências, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções*. Barueri: Manole, 2002.

_____. *Direito do consumidor no turismo*. São Paulo: Atlas, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

_____. Proposta de uma nova teoria geral dos serviços com base no CDC in *Revista de Direito da UFRGS*. v. 18, Porto Alegre: 2000.

_____. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no direito privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

NERY JUNIOR, Nelson; FILOMENO, José Geraldo Brito. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – Comentado pelos autores do anteprojeto*. 6.ed. São Paulo: Forense, 1999.

NORONHA, Fernando. *O direito dos contratos e seus princípios fundamentais. (Autonomia privada, boa-fé e justiça contratual)*. São Paulo: Saraiva, 1994.

OLIVEIRA, Tânia Veludo de; IKEDA, Ana Akemi. Agências de turismo: oferta de serviços e satisfação do cliente, *in Turismo em Análise*. v.13. n.1. São Paulo, 2002

SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4.ed. São Paulo: LTr, 1999.

SCHLÜTER, Regina; WINTER, Gabriel. *La agencia de viajes y turismo*. Buenos Aires: Docencia, 1995.

____. El fenomeno turístico. *Reflexiones desde uma perspectiva integradora*. Buenos Aires: Docencia, 1993.

SILVA, Jorge Cesa Ferreira da. *A boa-fé e a violação positiva do contrato*. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

SWARBROOKE, John. *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo, SP: Aleph, 2002.

TOMELIN, Carlos Alberto. *Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias*. São Paulo: Aleph, 2001.