
ATRASO NO VÔO FRETADO — SUA SOLIDARIEDADE PASSIVA "AD CAUSAM"**RESUMO**

- A questão levantada pelo ilustre representante do Ministério Público nesta instância quanto ao não conhecimento do apelo dos autores desmerece maiores comentários, já que a preliminar de legitimidade passiva da co-ré D. Turismo, também ventilada no apelo da co-ré S., merece total acolhida, o que, de consequência, resulta na necessidade de produção de provas dos fatos impeditivos alegados, em nome do devido processo legal. - Esse é o ponto que merece análise e decisão. - Com efeito, é necessário que se entenda o funcionamento real, com todas as implicações jurídicas, dos chamados "pacotes de viagem", que são oferecidos por agências de turismo e operadoras. - Ver-se-á que o elemento jurídico relevante está vinculado ao fenômeno da oferta. - Os chamados pacotes podem ser "montados" pela operadora (grandes agências de turismo) e entregues diretamente ao consumidor ou vendidos por intermediação das agências menores, que os repassam ao consumidor. - Os "pacotes de viagem" são arranjos de serviços que compõem a oferta. Eles são, normalmente, compostos de passagens de transporte (avião, navio, transporte terrestre), reservas de hotéis, compra de tickets de shows, ingressos de eventos esportivos, traslados etc.). - Ora, a relação que se estabelece entre as agências de turismo em geral e os compradores é típica de consumo, estando sujeitas às normas da Lei 8.078/90. Estes são consumidores (art. 2.º, caput) e aquelas fornecedoras (art. 3.º, caput), oferecendo ao mercado seus serviços (§ 2.º, do art. 3.º). - Como fornecedoras que são, estão submetidas a todas as determinações do Código de Defesa do Consumidor. Dentre elas, destaque-se para o exame da questão ora analisada, as relativas às práticas comerciais (Capítulo V do CDC). - Delas surgem determinações vinculando o fornecedor contratualmente às normas relativas à oferta e apresentação (arts. 30 e 31) e às da publicidade (arts. 36 e 37, caput). - Tais regras dispõem, "in verbis": "Art. 30. Toda informação ou publicidade , suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado (grifamos). Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal. Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem. Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1.º É 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." - Ora, se a operadora de turismo monta "pacotes" de viagem e depois os oferece ao consumidor através de folhetos, malas diretas, anúncios publicitários e mesmo informações verbais, é evidente que ela está vinculada ao que ofereceu. - E é sabido que o fenômeno da oferta vincula o fornecedor exatamente naquilo que ofereceu em termos de utilidade e resultado. Isso é não só decorrência lógica da oferta, quanto exigência legal. O Código de Defesa do Consumidor garante: "Art. 6.º São direitos básicos do consumidor: ... III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem." ...) "Art. 8.º Os produtos e

serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar

EMENTA

Na aquisição de "pacotes de viagem", a relação jurídica de consumo principal é aquela estabelecida entre o consumidor e a agência/operadora, razão pela qual é considerada parte legítima para integrar o pólo passivo de ação indenizatória, visando a reparação de danos por atraso de voo fretado, juntamente com a companhia aérea, se houve garantia de dia e horário de embarque e de volta, acomodações, passeios etc., pois a empresa responsável pela montagem do "pacote" responde pelo que garantiu juntamente com os demais prestadores de serviço, em razão da solidariedade existente entre os ofertantes.