

Auditoria de Contratos - Contratos de Viagem -

A auditoria de contratos tem por objetivo elaborar um diagnóstico jurídico de conteúdo e oferecer um parecer sobre sua legalidade, licitude e juridicidade.

No atual momento de crise econômica, permeada por erros e fraudes, o verbo *controlar* ganha crescente e especial destaque.

A percepção que se tem é a de que o controle do conteúdo dos contratos celebrados com clientes, fornecedores, colaboradores (empregados, sócios, terceirizados) e órgãos públicos ganha espaço e força como ferramenta de gestão empresarial.

Somam-se à crise, as alterações legislativas e os rumos das decisões judiciais. Ambos fornecem farto subsídio para o diagnóstico jurídico dos contratos, de modo a que se alcance, com a desejada segurança, um instrumento de direitos e obrigações moderno, pautado, entres outros, pelos *princípios da boa fé, do equilíbrio contratual e da função social* previstos no Código Civil.

A reflexão aqui proposta reside no diagnóstico dos contratos de viagem, entendidos no seu sentido mais amplo dos personagens envolvidos: o viajante, a agência, a operadora e o governo.

O contrato de viagem precisa estar adequado e capacitado para atender um negócio milionário, em processo vertiginoso de crescimento global.

A recente sanção presidencial da Lei 11771, de 17/09/2008, conhecida como a *Lei Geral do Turismo* e que *disciplina a prestação de serviços turísticos* procura oferecer, neste ambiente promissor, melhores contornos para os direitos e obrigações daqueles personagens.

Aos olhos do viajante, a questão que surge desde logo é a de que, sendo a agência uma personagem intermediária do serviço a ser realizado pela operadora em favor do viajante, *a quem deve ser imputada a responsabilidade civil por danos ocorridos* ? Para uma corrente – apoiada na relação de consumo estabelecida nos artigos 14 e 51, III ambos do CDC – a responsabilidade civil é da agência, enquanto outra corrente – em se tratando de intermediária de um serviço conforme prevê o artigo 710 do CC - afasta da agência tal responsabilidade.

Sem a pretensão de propor solução para a questão - destinada ao embate entre advogados do consumidor e advogados do fornecedor do serviço - *o propósito da auditoria é o de levar ao contrato auditado elementos que melhor ofereçam segurança jurídica, não para um dos interessados, mas sim, para ambos* – entregando a eles um instrumento que gere valores recíprocos e sejam informados pelos princípios gerais já mencionados.

Neste contexto, a auditoria procura apontar as deficiências e os riscos que envolvem a redação das cláusulas contratuais que identificam os direitos e as obrigações do contratante e do contratado. A cláusula contratual que, por exemplo, exime a agência de viagens da responsabilidade por serviços não prestados ou que não foram prestados por ela, sob a justificativa de que a mesma incumbe à operadora, é apontada, na auditoria, como “*não conformidade*”, ou seja, sugere revisão e aperfeiçoamento de sua redação na medida em que a mesma não se mostra adequada, se interpretada como cláusula de consumo. Esta mesma “*não conformidade*” estende-se à relação com o governo porque poderá gerar procedimentos administrativos (Ministério do Turismo e órgãos oficiais de defesa do consumidor), passíveis de penalidades, graduadas de acordo com a gravidade da falta.

O assunto assume maior importância quando ocorrem *acidentes de consumo* (v.g. no recente episódio envolvendo falecimento a bordo e intoxicação alimentar de 464 passageiros de cruzeiro marítimo – Jornal O Estado de São Paulo de 11/01/2009, caderno C6). Nestes casos uma *política transparente e eficaz* (elaboração de cartilha de orientação ao viajante e de um acordo de nível de serviços com a cadeia de prestadores de serviços) certamente contribuirá para mitigação dos riscos não só materiais mas sobretudo os morais(desconforto, abalo e aborrecimento que ficam à mercê da imprevisibilidade do quantum indenizatório), agravados pela inversão do ônus da prova.

Em outra medida, a auditoria sugere a adoção de *políticas eficazes de contratação de seguro*, tanto do viajante quanto da agência de viagens, de modo que a desejada segurança jurídica ganhe contornos ainda mais bem definidos.

A auditoria também sugere o *exame e a revisão do objeto social do contrato societário*, diante da regra disposta no artigo 21 da Lei Geral, notadamente para a regularidade cadastral junto ao Ministério do Turismo e para a obtenção de financiamentos.

A auditoria também sugere a adoção de práticas internas de capacitação e de gestão voltadas para o *cumprimento dos deveres impostos pelo artigo 34 e para as infrações previstas no artigo 41 e seguintes da Lei Geral*.

A prática de se exigir do viajante cópia e/ou número de cartão de crédito exige cautela e transparência, com indicação prévia e precisa dos limites de seu uso.

A oferta e a publicidade dos serviços – enquanto parte integrante do contrato na linguagem de consumo pelas hipóteses dos artigos 30 e 36 do CDC - exigem igual cautela, tanto na escrita quanto na imagem, pena de sobre ela também se apontar uma “*não conformidade*”.

Neste sentido, registre-se a existência do Código de Ética do Agente de Viagens, especialmente a seção IV que trata das relações com os consumidores, disponível na página www.abav-pr.com.br.

A redação proposta para o *foro do contrato* ainda insiste em ignorar a relação de consumo, submetendo o viajante a um foro diverso do seu domicílio, conquanto muitas das agências identifiquem os contratos como sendo de adesão e redigidos de acordo com o CDC...

Como visto, as deficiências, não só contratuais mas também de procedimento e de comportamento, são rotineiras e rondam as relações empresariais, agravando os riscos e comprometendo os negócios.

Autor: Paulo Afonso da Motta Ribeiro, advogado e sócio da Motta Ribeiro Advocacia, atua na área de auditoria jurídica de contratos, www.auditoriadecontratos.com.br