



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**ANA CLARA SUZART LOPES DA SILVA**

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA NO MERCOSUL E A  
ANÁLISE SOBRE A EFETIVIDADE DOS MECANISMOS DE  
INTEGRAÇÃO**

Salvador

2019

**ANA CLARA SUZART LOPES DA SILVA**

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA NO MERCOSUL E A  
ANÁLISE SOBRE A EFETIVIDADE DOS MECANISMOS DE  
INTEGRAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Mário Jorge Philocréon de Castro Lima.

Salvador

2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

S586

Silva, Ana Clara Suzart Lopes da

A proteção do consumidor turista no Mercosul e a análise sobre a efetividade dos mecanismos de integração / por Ana Clara Suzart Lopes da Silva. – 2019.

138 f.

Orientador: Prof. Dr. Mário Jorge Philocréon de Castro Lima.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Direito, Salvador, 2019.

1. Defesa do consumidor. 2. MERCOSUL (Organização) - Integração econômica – Legislação. 3. Turismo. I. Lima, Mário Jorge Philocréon de Castro. II. Universidade Federal da Bahia – Faculdade de Direito. III. Título.

CDD – 343.071

**ANA CLARA SUZART LOPES DA SILVA**

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA NO MERCOSUL E A  
ANÁLISE SOBRE A EFETIVIDADE DOS MECANISMOS DE  
INTEGRAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Direito.

Salvador, 19 de agosto de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

Mário Jorge Philocréon de Castro Lima – Orientador \_\_\_\_\_  
Doutor em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco,  
Universidade Federal da Bahia.

João Glicério de Oliveira Filho \_\_\_\_\_  
Doutor em Direito pela Universidade Federal da Bahia,  
Universidade Federal da Bahia.

Laís Gomes Bergstein \_\_\_\_\_  
Doutora em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul,  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A Deus, cuja palavra é lâmpada que ilumina os meus passos e luz que clareia o meu caminho.

Aos meus pais, Gervásio e Joseane, por serem verdadeiros alicerces nessa caminhada e meus maiores exemplos de competência, retidão e comprometimento.

À Clarissa, minha irmã e melhor amiga, companheira de todos os momentos.

Aos meus avós, Gervásio, Rosa e Marlene, por serem fontes de amor e carinho inesgotável.

Aos meus tios e primos, por todo apoio e incentivo sempre dispensados a mim.

## AGRADECIMENTOS

Eis que, após muita dedicação e esforço, esse trabalho foi concebido. Ao observar o caminho percorrido até o presente instante, uma palavra me vem à mente: gratidão!

Ao meu Deus, a Quem atribuo toda conquista. O Senhor jamais permitiu que eu desanimasse e esteve comigo em todos os instantes, concedendo-me força e coragem, mesmo diante dos percalços e dificuldades enfrentados.

Aos meus pais, Gervásio e Joseane, de quem herdei o amor pelo Direito, meus maiores exemplos de retidão, caráter e honestidade.

À minha irmã Clarissa, confidente e companheira para toda vida, por todo amor, incentivo e paciência.

Aos meus avós Rosa, Gervásio e Marlene, bem como aos meus tios e primos, meus alicerces, que compartilharam as emoções e angústias vivenciadas nessa etapa e não permitiram que eu desistisse ou fraquejasse.

À Pedro, seus pais e irmão que sempre me acolheram e apoiaram nessa trajetória.

À Elisabete, pelo apoio e carinho conferidos a mim diariamente.

Ao meu orientador, o Professor Mario Jorge Philocréon, por todos os ensinamentos e conhecimentos compartilhados.

À FDUFBA e à ABDECON, por todo conhecimento adquirido.

Aos funcionários da Universidade Federal da Bahia, pelo carinho, amor e apoio de sempre.

Aos amigos que conquistei antes e depois de ingressar no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal da Bahia.

Agradeço a todos, pois com o apoio, amor e incentivo dados a mim, contribuíram diretamente para a elaboração deste trabalho.

## RESUMO

Trata a presente Dissertação sobre a imperiosa proteção do consumidor turista no Mercosul, através dos mecanismos de integração, tendo sido arremetida como hipótese central a indagação acerca da existência e efetividade de uma regulamentação jurídica no âmbito do bloco regional, destinada a tutelar os interesses de tais sujeitos. Justifica-se a relevância deste trabalho, em virtude da importância do tema, pois a proteção dos consumidores turistas é um assunto de responsabilidade internacional, que oportuniza o aprimoramento das condições de vida dos sujeitos, através da garantia da justiça social, assim como o fortalecimento da integração entre os países e o aumento na competitividade dos mercados, que proporcionam maior desenvolvimento econômico. O objetivo geral desta pesquisa é examinar os documentos instituídos no âmbito do citado bloco regional com o intuito de proteger os consumidores turistas, assim como investigar se através desses instrumentos o escopo de salvaguardar os direitos dos turistas internacionais é cumprido de forma efetiva. O presente trabalho se adequa à linha de pesquisa: “Direitos Fundamentais, Cultura e Relações Sociais”, na medida em que analisa a tutela do consumidor turista no Mercosul, com o intuito de garantir a efetiva proteção aos seus direitos fundamentais na sociedade pós-moderna. Dividiu-se a estrutura do presente trabalho em quatro capítulos, com o fito de melhor examinar os tópicos controversos acerca do tema. No primeiro capítulo, realiza-se um exame sociológico do turismo, abordando as principais etapas do capitalismo até a hipermodernidade, atualmente vivenciada, e a sua relação com o progresso dessa atividade no mercado de consumo. Do mesmo modo, efetua-se uma digressão histórica sobre o citado fenômeno, bem como um estudo sobre o conceito, as características, as modalidades, os tipos, formas, motivações, elementos e regulamentação jurídica da atividade turística. No segundo capítulo investiga-se a proteção internacional e constitucional do consumidor turista nos países integrantes e associados ao Mercosul. No terceiro capítulo, por outro lado, analisa-se a proteção legal destinada aos consumidores nos países integrantes e associados ao Mercosul, pesquisando-se a existência de legislações específicas sobre o tema, assim como tecendo considerações comparativas entre os diplomas normativos. No quarto capítulo, trata-se sobre os principais aspectos do Mercado Comum do Sul, tais como a recepção dos seus Estados-membros à integração, a sua estrutura institucional e a tutela legal do consumidor no âmbito do citado bloco. No que concerne à metodologia, adotou-se o método hipotético-dedutivo; quanto ao aspecto filosófico, optou-se pela dialética e hermenêutica, quanto ao enfoque sociológico, empregaram-se os métodos histórico e monográfico. No que tange aos métodos jurídicos, selecionou-se os modelos hermenêutico e argumentativo; quanto às linhas metodológicas, seguiu-se a crítica metodológica; dentre os tipos genéricos de investigação, adotou-se a histórico-jurídica, a jurídico-exploratória, a jurídico-projetiva e prospectiva. Com relação aos objetivos projetados, utilizou-se a pesquisa exploratória; quanto aos procedimentos técnicos, realizou-se a pesquisa bibliográfica e documental. Conclui-se no sentido de que se torna necessário o aprimoramento dos documentos aprovados pelo bloco econômico, inspirando-se em instrumentos da União Europeia, assim como a sua internalização pelos países integrantes do Mercosul.

Palavras-chave: TURISMO – MERCOSUL – CONSUMIDOR – INTEGRAÇÃO – VULNERABILIDADE.

## ABSTRACT

The present dissertation deals with the imperious protection of the tourist consumer in Mercosur, through the mechanisms of integration. The question of the existence and effectiveness of legal regulation within the regional bloc that aims to protect the interests of such subjects was regimented as a central hypothesis. It is justified the relevance of this dissertation, due to the importance of the theme, because the protection of tourists consumers is a subject of international responsibility, which enables the improvement of the living conditions of the subjects, through the guarantee of social justice, as well as strengthening integration between countries and increasing market competitiveness, which provide greater economic development. The general objective is to examine the documents instituted under the aforementioned regional bloc in order to protect tourists, as well as investigate whether through these instruments the scope of safeguarding the rights of international tourists standards is fulfilled effectively. This Master Thesis fits the research line: “Fundamental Rights, Culture and Social Relations”, as it analyzes the protection of the tourist consumer in Mercosur, in order to ensure the effective protection of their fundamental rights in postmodern society. The structure of the present dissertation was divided into four chapters, with the aim of better examining the controversial topics on the topic. In the first chapter, there is a sociological examination of tourism, addressing the main stages of capitalism to the hypermodernity, currently experienced, and its relationship with the progress of this activity in the consumer market. Likewise, a historical digression is carried out on the aforementioned phenomenon, as well as a study on the concept, characteristics, modalities, types, forms, motivations, elements and legal regulation of the touristic activity. The second chapter investigates the international and constitutional protection of the tourist consumer in the member countries and associated with Mercosur. In the third chapter, on the other hand, we analyze the legal protection for consumers in the member countries and associated with Mercosur, researching the existence of specific legislation on the subject, as well as weaving comparative considerations between them. The fourth chapter examines the main aspects of Mercosur, such as the reception of its member States to the integration, its institutional structure and the legal protection of the consumer under the aforementioned block. Regarding the methodology, the hypothetical-deductive method was adopted; Regarding the philosophical aspect, we opted for the dialectic and hermeneutics, as to the sociological approach, the historical and monographic methods were employed. Regarding legal methods, the hermeneutic and argumentative models were selected; Regarding the methodological lines, the methodological critic was followed; Among the generic types of research, we adopted the historical-juridical, legal-exploratory, legal-projective and prospective. In relation to the projected objectives, exploratory research was used; Regarding technical procedures, bibliographic and documentary research was carried out. It concludes that it is necessary to improve the documents approved by the economic bloc, inspired by the instruments of the European Union, as well as their internalisation by the Mercosur member countries.

Keywords: TOURISM - MERCOSUR - CONSUMER - INTEGRATION – VULNERABILITY.



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGNU	Assembleia Geral das Nações Unidas
ALADI	Associação Latino-Americana de Integração
ALALC	Associação Latino-Americana de Livre Comércio
CCV	Convenção de Bruxelas
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina
CIDIP	Conferência de Direito Internacional Privado
CMC	Conselho do Mercado Comum
CRFB	Constituição da República Federativa do Brasil
ECC-NET	<i>European Consumer Center Network</i>
GMC	Grupo do Mercado Comum
ILA	<i>International Law Association</i>
LINDB	Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
OEA	Organização dos Estados Americanos
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PPT	Presidência <i>Pro Tempore</i>
RAPEX	<i>Rapid Alert System for Dangerous non-food products</i>
TFUE	Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia
TPR	Tribunal Permanente de Revisão
UIOOT	Organizações Oficiais de Viagens
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento
UWNTO	Organização Mundial de Turismo
VDUUC	Vice-Ministério de Defesa dos Direitos do Usuário e do Consumidor

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	9
<b>2 TURISMO: UMA BREVE ANÁLISE DOS PRINCIPAIS ASPECTOS</b>	13
2.1 A SOCIEDADE DE CONSUMO E O TURISMO: A AFFLUENT CONSUMER E AS ETAPAS DO CAPITALISMO	13
<b>2.1.1 Capitalismo Liberal, de Mercado ou Criativo</b>	14
<b>2.1.2 Capitalismo Organizado, Imperialista, ou de Investimento</b>	16
<b>2.1.3 Capitalismo Tardio, Desorganizado ou Monopolista</b>	19
<b>2.1.4 Hipermodernidade</b>	20
2.2 ESCORÇO HISTÓRICO	22
2.3 CONCEITO E CARACTERÍSTICAS DO TURISMO	27
2.4 MODALIDADES, TIPOS E FORMAS DO TURISMO	29
2.5 MOTIVAÇÕES DO TURISMO	33
2.6 OS ELEMENTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA	34
2.7 REGULAMENTAÇÃO JURÍDICA DOS NEGÓCIOS DE TURISMO NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPEIA	39
<b>2.7.1 Brasil</b>	39
<b>2.7.2 União Europeia</b>	39
<b>3 A PROTEÇÃO INTERNACIONAL E CONSTITUCIONAL DO CONSUMIDOR TURISTA NOS PAÍSES INTEGRANTES E ASSOCIADOS AO MERCOSUL</b>	43
3.1 A PROTEÇÃO INTERNACIONAL DOS CONSUMIDORES: O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO HUMANO	46
3.2 A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL DOS CONSUMIDORES: O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL	49
<b>3.2.1 Brasil</b>	51
<b>3.2.2 Argentina</b>	53
<b>3.2.3 Paraguai, Uruguai e Venezuela</b>	57
<b>3.2.4 Países associados</b>	58
<b>4 A PROTEÇÃO LEGAL DO CONSUMIDOR TURISTA NOS PAÍSES INTEGRANTES E ASSOCIADOS AO MERCOSUL</b>	62
4.1 BRASIL	62
4.2 ARGENTINA	69

4.3 PARAGUAI.....	77
4.4 URUGUAI.....	80
4.5 VENEZUELA.....	84
4.6 PAÍSES ASSOCIADOS AO MERCOSUL.....	87
4.7 CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS LEGISLAÇÕES EXAMINADAS.....	91
<b>5 O MERCOSUL: A TENDÊNCIA DE INTEGRAÇÃO ENTRE OS ESTADOS-MEMBROS.....</b>	<b>93</b>
5.1 A RECEPÇÃO DOS ESTADOS-MEMBROS DO MERCOSUL À INTEGRAÇÃO.....	96
5.2 A ESTRUTURA INSTITUCIONAL.....	98
5.3 A TUTELA LEGAL DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL E OS MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO.....	101
<b>5.3.1 A Era do Consumidor como Ator Esquecido.....</b>	<b>102</b>
<b>5.3.2 A Era da Esperança.....</b>	<b>105</b>
<b>5.3.3 A Era de Ouro.....</b>	<b>106</b>
<b>5.3.4 A Era do Realismo.....</b>	<b>110</b>
<b>5.3.5 A Era da Busca.....</b>	<b>113</b>
<b>5.3.6 Estágio Atual.....</b>	<b>115</b>
5.3.6.1 O Acordo Modificativo do Acordo para a Concessão de um Prazo de 90 (noventa) dias aos Turistas Nacionais dos Estados Partes do Mercosul e Estados Associados.....	115
5.3.6.2 O Acordo sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo.....	116
5.3.6.3 A Proposta de Instituição de um Procedimento de Resolução dos Litígios Transfronteiriços de Pequena Quantia no Mercosul.....	119
5.3.6.4 Acordo que prevê o fim da cobrança do Roaming Internacional no Mercosul.....	122
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>123</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>127</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O consumo é um ato de subsistência, considerando-se que a aquisição de produtos e contratação de serviços é necessária para a satisfação das necessidades básicas. *A priori*, em virtude dos meios de transporte e de comunicação ainda incipientes, os sujeitos enfrentavam dificuldades para transpor os limites geográficos dos seus países, beneficiando-se das longas travessias realizadas em busca de mercadorias. No entanto, o aprimoramento dos mecanismos de locomoção e de comunicação, responsável por torná-los mais eficientes, rápidos e acessíveis, oportunizou a inserção do consumidor no mercado internacional, principalmente através do comércio eletrônico e do turismo.

Diante dos avanços acima elencados, o turismo se consagrou como um fenômeno socioeconômico popular, de modo que os sujeitos passaram a deslocar com maior frequência, em busca da satisfação dos seus anseios e necessidades. No entanto, esse contexto acentuou a vulnerabilidade dos consumidores, especialmente dos turistas internacionais, em virtude das diferenças culturais, linguísticas e jurídicas que dificultam a proteção e defesa desses indivíduos, diante das práticas abusivas perpetradas pelos fornecedores. Neste sentido, tendo em vista que o consumo adquiriu proporções mundiais e não se enquadra mais em limites territoriais, verificou-se que os Estados, individualmente, não conseguem mais conferir a devida proteção aos sujeitos que transpõem as barreiras nacionais.

A mundialização das relações comerciais também favoreceu o desenvolvimento de um movimento de associação entre os Estados, que se uniam em busca de objetivos econômicos comuns, surgindo, portanto, blocos regionais, a exemplo do Mercosul, objeto de exame deste trabalho. Destarte, considerando-se que apenas a proteção dos ordenamentos jurídicos internos dos países não se revela mais satisfatória, em face do comércio internacional, torna-se necessária a instituição de mecanismos de integração que confirmem a devida tutela aos interesses dos consumidores turistas no âmbito regional, o que favorece o aprofundamento da integração e o aperfeiçoamento socioeconômico dos Estados envolvidos.

A presente Dissertação, portanto, destinar-se-á a abordar o problema referente à imperiosa proteção do consumidor turista, no âmbito do Mercosul. A hipótese central desta investigação se refere à indagação sobre a existência e efetividade de uma regulamentação jurídica na esfera do citado bloco regional, destinada a tutelar os interesses de tais sujeitos. Justifica-se a relevância deste trabalho em virtude da importância do tema, pois a proteção dos indivíduos que transpõem as fronteiras nacionais é um assunto de responsabilidade internacional, que oportuniza o aprimoramento das condições de vida dos sujeitos, através da

garantia da justiça social, assim como o fortalecimento da integração entre os países e o aumento na competitividade dos mercados, que proporcionam maior desenvolvimento econômico.

O objetivo geral deste trabalho é examinar os documentos instituídos no âmbito do Mercosul, com o intuito de proteger os consumidores turistas, assim como investigar a efetividade desses mecanismos de integração. O segundo objetivo consiste em analisar os principais aspectos do fenômeno do turismo, inclusive sob uma ótica sociológica, a fim de possibilitar a compreensão do problema investigado. Examinar a proteção internacional e constitucional do consumidor turista nos países integrantes e associados ao Mercosul é o terceiro objetivo deste trabalho, considerando-se que para instituir a proteção regional desses sujeitos, torna-se necessário examinar os ditames da *Lex Fundamental* de cada Estado vinculado a esse bloco, justamente para não incidir em uma violação à soberania dos países.

Em seguida, objetiva-se examinar a proteção legal conferida ao consumidor turista nos países integrantes e associados ao Mercosul, com o intento de verificar as disposições infraconstitucionais sobre o assunto; o que, certamente, pode auxiliar na instituição de uma proteção regional ainda mais profícua. Por fim, o quinto objetivo se refere justamente à análise dos principais aspectos do Mercado Comum do Sul e da tutela legal conferida ao consumidor no âmbito deste bloco, buscando, inicialmente, a compreensão dos mecanismos de integração instituídos para, posteriormente, propor mais avanços para a defesa dos interesses dos sujeitos vulneráveis.

Destarte, com o propósito de estruturar a Dissertação em consonância com os objetivos propostos, dividiu-se o conteúdo em quatro capítulos, a fim de abordar os aspectos relacionados ao problema investigado. No primeiro capítulo, realiza-se um exame sociológico do turismo, abordando as principais etapas do capitalismo até a hipermodernidade, atualmente vivenciada, e a sua relação com o progresso dessa atividade no mercado de consumo. Do mesmo modo, efetua-se uma digressão histórica sobre o citado fenômeno, desde a Antiguidade até os tempos hodiernos, bem como um estudo sobre o conceito, as características, as modalidades, os tipos, as formas, as motivações, os elementos e a regulamentação jurídica da atividade turística.

No segundo capítulo, efetua-se uma investigação sobre a proteção internacional e constitucional do consumidor turista nos países integrantes e associados ao Mercosul. Nesse viés, cumpre destacar que, inicialmente, analisa-se a proteção do consumidor como um direito humano e universal e, em seguida, como fundamental, examinando as Cartas Magnas do Brasil, da Argentina, do Paraguai, do Uruguai, da Venezuela e dos países associados, com o intento de compreender o tratamento constitucional conferido a tal matéria em cada Estado. No terceiro

capítulo, por outro lado, analisa-se a proteção legal destinada aos consumidores nos países integrantes e associados ao Mercosul, pesquisando-se a existência de legislações específicas sobre o tema, assim como tecendo considerações comparativas entre os diplomas normativos.

No quarto capítulo, trata-se sobre os principais aspectos do Mercado Comum do Sul, tais como a recepção dos seus Estados-membros à integração, a sua estrutura institucional e a tutela legal do consumidor no âmbito do citado bloco. No que concerne à proteção de tais sujeitos, importante ressaltar que pode ser disposta em cinco eras: a “era do consumidor como ator esquecido”; a “era da esperança”; a “era de ouro”; a “era do realismo” e a “era da busca”, analisando-se, posteriormente, o estágio atual da citada tutela. Por fim, na conclusão, busca-se a proposição de soluções para a maior proteção do consumidor turista no Mercosul.

O presente trabalho se adequa à área de concentração “Direitos Fundamentais e Justiça” e à linha de pesquisa: “Direitos Fundamentais, Cultura e Relações Sociais”, na medida em que objetiva analisar a tutela do consumidor turista no Mercosul, com o intuito de garantir a efetiva proteção aos seus direitos fundamentais na sociedade pós-moderna, em que inúmeras práticas abusivas são perpetradas em face desses sujeitos.

A Metodologia Científica apresenta importância inegável para realização de uma pesquisa séria em todos os campos do saber, inclusive na área das Ciências Sociais. Neste sentido, toda pesquisa envolve uma postura metodológica para a concretização dos seus objetivos. Nas pesquisas realizadas no âmbito das Ciências Sociais, é possível utilizar métodos científicos tradicionais, filosóficos, sociológicos e jurídicos, a depender do problema investigado. Na situação em tela, adotaram-se além dos métodos jurídicos, métodos filosóficos e sociológicos, tendo em vista que o problema e a hipótese suscitados não se restringem ao Direito.

No que tange aos métodos científicos tradicionais, adotou-se o hipotético-dedutivo, tendo em vista que os métodos indutivo e dedutivo não são considerados suficientes. Assim sendo, para explicar as dificuldades constantes no problema, formulou-se uma hipótese, com o intuito de testá-la, conduta que contribui para maior objetividade no campo das ciências sociais por independermos do pesquisador e das suas crenças, predileções e vieses. Sob o aspecto sociológico, adotou-se os Métodos Histórico e Monográfico. O Método Histórico objetiva realizar uma análise das raízes de determinado instituto, fenômeno ou acontecimento em certo espaço temporal e geográfico, o que se constitui essencial para compreendê-lo de forma profícua. O Método Monográfico, também adotado, destina-se ao estudo de certos grupos, como, no caso concreto, os turistas consumidores que transitam na região do Mercosul para que possam ser obtidas generalizações.

No que concerne aos métodos filosóficos, adotaram-se o método dialético e hermenêutico. O método dialético encontra-se embasado na ideia de que os fatos devem ser considerados dentro de um contexto social, político e econômico. Dessa forma, no campo das ciências sociais não se pode isolar os fenômenos estudados da realidade que se lhes refere e nem separar a sociedade da cultura. Ademais, o método hermenêutico consiste justamente na compreensão dos eventos históricos, dos valores e da cultura. Neste sentido, constata-se a utilização dos métodos citados, especialmente na abordagem multidisciplinar do fenômeno do turismo.

Sob o enfoque dos métodos jurídicos, selecionaram-se os modelos teóricos hermenêutico e argumentativo. O Modelo Hermenêutico consiste na busca pela compreensão das condutas humanas através da atividade discursivo-interpretativa. O Modelo da Teoria da Argumentação Jurídica objetiva a realização do exame do caso, em detrimento da extração direta e pura do conteúdo da norma. Quanto às linhas metodológicas, seguiu-se a crítico-metodológica, que desenvolve uma teoria crítica da realidade.

No que tange aos tipos genéricos de investigação, seguiu-se a histórica-jurídica, a jurídico-exploratória, a jurídico-projetiva e prospectiva e a jurídico-comparativa. Utiliza-se a investigação histórico-jurídica, pois se examina a evolução do fenômeno do turismo no Mercosul em certo espaço e tempo, não de forma linear e simplória, mas, sim a partir da transdisciplinariedade. Do mesmo modo, maneja-se o tipo jurídico-comparativo, pois analisam-se as normas e instituições situadas em dois ou mais sistemas jurídicos e o tipo jurídico-projetivo ou jurídico-prospectivo que desenvolve projeções de tendências ulteriores, tentando prever futuras soluções.

No que se refere às grandes vertentes técnico-metodológicas, adota-se a vertente jurídico-sociológica, propondo-se a compreensão do fenômeno jurídico em exame inserido no ambiente social, analisando-se o Direito como variável depende da sociedade. No que concerne aos tipos de pesquisa, com relação aos objetivos projetados, utilizou-se a pesquisa exploratória; quanto aos procedimentos técnicos, realizou-se a pesquisa bibliográfica e documental. No campo das técnicas, a dissertação sedimenta-se na documentação indireta, abrangendo a pesquisa bibliográfica e documental.

## 2 TURISMO: UMA BREVE ANÁLISE DOS PRINCIPAIS ASPECTOS

O consumo, para os seres humanos, sempre se constituiu necessário como um ato de subsistência. No entanto, essa atividade começou a se desenvolver de forma intensa, extrapolando os bens indispensáveis e se tornando norteadora das ações humanas, de forma que os indivíduos passaram a ser identificados por meio do consumo. A globalização acentuou esse processo sobremaneira, pois favoreceu a transformação do transporte e da comunicação, o que propiciou a articulação de relações e conexões globais, permitindo que o consumo transcendesse o estado-nação, diante do surgimento das redes internacionais.

Destarte, vivencia-se, na hipermodernidade<sup>1</sup>, uma era que envolve três grandes processos de transformação transnacionalizante interdependentes: a mundialização referente à difusão de padrões de consumo massificados e homogeneizados; a planetarização decorrente da reformatação das sociedades nacionais que, diante dos novos paradigmas econômicos, reduz a amplitude dos Estados e a globalização tecnológica relacionada à formação dos conglomerados transnacionais e do novo esquema de produção e de comércio. Neste contexto, novos tipos de produtos e serviços passaram a ser ofertados, a exemplo dos serviços turísticos.<sup>2</sup>

### 2.1 A SOCIEDADE DE CONSUMO E O TURISMO: A *AFFLUENT CONSUMER* E AS ETAPAS DO CAPITALISMO

A melhor compreensão da era hodierna do capitalismo, que favorece a difusão do turismo, exige a investigação do desenvolvimento desse fenômeno em distintos períodos temporais, realizada com base no método histórico.<sup>3</sup> Desde o século XIX, a modernidade vinculou-se ao desdobramento desse sistema destrinchado em três fases, imprescindíveis para a compreensão da sociedade de consumo:<sup>4</sup> o “capitalismo liberal”; “o capitalismo organizado ou de grupos” e o “capitalismo monopolista ou desorganizado”, tornando-se imprescindível a cuidadosa análise de cada uma dessas etapas, como se fará a seguir.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: Resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011. p. 56.

<sup>2</sup> DREIFUSS, René Armand. **A época das perplexidades**: mundialização, globalização e planetarização: novos desafios. Petrópolis: Editora Vozes, 1997. p. 133.

<sup>3</sup> BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

<sup>4</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23.

<sup>5</sup> SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice**: O social e o político na pós-modernidade. 10.ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005. p. 80-93.



### 2.1.1 Capitalismo Liberal, de Mercado ou Criativo

O período do capitalismo liberal se estende pelo século XIX e foi caracterizado pelo desenvolvimento do mercado, pelo impulso da industrialização e pelo aumento da importância das cidades comerciais. Neste sentido, o Princípio do Livre Mercado, centrado na lógica do *laissez faire*, ganhou importância, de modo que o Estado estimulou a iniciativa privada a intensificar a produção e distribuição de produtos e serviços, alcançando cada vez mais consumidores. No entanto, o projeto da modernidade se constituía excessivamente audacioso e paradoxal, considerando-se que o ente estatal reduziu os ideais éticos e políticos, com o intento de amoldá-los às necessidades regulatórias do capitalismo liberal, prestigiando a premissa do livre mercado, o que obstou o desenvolvimento do Princípio da Comunidade.

Nesse período, ingressou-se na modernidade industrial, e com o advento e avanços do transporte aéreo, ferroviário e automobilístico, alterou-se a configuração do entretenimento e da apreensão do conhecimento, oportunizando-se a difusão da tela e do cinema que disseminaram culturas excêntricas, capazes de atrair a atenção dos consumidores e conduzir o imaginário popular para longínquos locais, instigando nos indivíduos o desejo de conhecê-los. Essa conjuntura, certamente, contribuiu para que o fenômeno do turismo começasse a florescer.

No entanto, a despeito de se constatar a existência de relações de consumo, sobretudo diante dos avanços mencionados, vigorava nesse período, portanto, o pensamento liberal-burguês, de cunho individualista, consagrando direitos civis e políticos, caracterizados como de defesa, de cunho negativo e absenteísta, determinando uma zona de não intervenção estatal, bem como uma esfera de autonomia estatal em face do seu poder. Os litígios entre comerciantes e contratantes, portanto, eram solvidos com base nas normas jurídicas privadas, previstas nas Codificações estruturadas no aludido século, que se inspiravam na igualdade das partes, na autonomia privada, no *pacta sunt servanda*, no positivismo, que determinava uma interpretação literal e exegética do conteúdo normativo.<sup>6</sup>

No entanto, o mundo social pode ser compreendido como um campo de forças, outrossim, “um espaço construído na base de princípios de diferenciação ou de distribuição constituídos pelo conjunto das propriedades que atuam no universo social”.<sup>7</sup> Nesse viés, cumpre destacar que os fornecedores são detentores do capital econômico e, por conseguinte,

---

<sup>6</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos Direitos Fundamentais**: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 12.ed. rev. atual. e ampl. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, 2015. p. 46-47.

<sup>7</sup> BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 11.ed. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2007. p. 133.

desenvolvem modos de dominação sobre os consumidores, o que enseja um tratamento diferenciado entre tais classes, não sendo possível ignorar esse desequilíbrio de poder. Apesar de a vulnerabilidade desses indivíduos ter sido constatada desde os primórdios da existência humana, como realidade inexorável, sendo definida como “pré-jurídica”<sup>8</sup>, a preocupação em protegê-los ainda não havia emergido, tendo em vista que os sujeitos eram visualizados em conformidade com a ideia de igualdade formal, não se vislumbrando uma real preocupação com a igualdade material dos seres.

Nos idos de 1880, inaugurou-se a idade de ouro do anúncio comercial, bem como a era do consumo em massa, em que eram distribuídas e escoadas as inúmeras mercadorias produzidas. Essa grande expansão comercial, ocorrida na segunda metade do século XIX, se deve ao desenvolvimento da tecnologia dos transportes, bem como ao progresso nos meios de comunicações e na eletricidade, que possibilitaram a substituição de pequenos mercados por vultuosos mercados nacionais. O sistema taylorista-fordista incentivou a produção em larga escala, em maior velocidade, gerando enorme quantidade de bens de consumo e, por conseguinte, uma democratização da compra de produtos, característica da sociedade de abundância.<sup>9</sup>

Em virtude da necessidade de escoar os bens, os fornecedores adotaram algumas medidas, dentre elas a inclusão do operário que, antes ganhava apenas o necessário para a sua subsistência e não tinha acesso ao lazer e às mercadorias supérfluas, no mercado de consumo, com o intento de absorverem a produção excedente e alimentarem o capitalismo, conferindo-lhe vigor. Assim sendo, se constatou uma redefinição de papéis, conforme o regime de produção, de modo que o trabalhador se transformou em consumidor, modificando-se parcialmente as condições do labor, com o intento de garantir a existência de uma massa amorfa que pudesse dar conta do excedente. Desse modo, o capitalismo atua como um sistema parasitário sobre os trabalhadores, visualizando-os como espécies que o retroalimentam, conforme o modelo fordista de consumo de massa, pois nessa sociedade o tornar-se sujeito implica a condição de mercadoria.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor**: O princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais – interpretação sistemática do direito. 3.ed. rev. atual. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009. p. 125.

<sup>9</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 173.

<sup>10</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**: e outros temas contemporâneos. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010. p. 122.

Originou-se, na indústria cultural, o “círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa”<sup>11</sup>, de modo que os fornecedores tentavam constantemente seduzir os consumidores impingindo-lhes produtos supérfluos, não necessários à subsistência humana. Essa nova fase ampliou sobremaneira a desigualdade de força entre as partes, pois a despeito dos inúmeros meios de comunicação que começavam a surgir e, portanto, da possibilidade de disseminar de informações, não havia interesse de difundi-las para os sujeitos.

Desse modo, no período do final do século XIX e meado do século XX, se verificou a necessidade de substituir a autonomia privada dos fornecedores por uma vontade racional e equilibrada. Ademais, a igualdade, antes vista sob o aspecto formal, passou a ser investigada em sua dimensão material, legitimando a ideia de que fornecedores e consumidores não podem ser tratados de maneira igual, diante do abismo existente entre as classes, inaugurando-se a fase do intitulado capitalismo organizado, imperialista ou de investimento.<sup>12</sup>

### 2.1.2 Capitalismo Organizado, Imperialista, ou de Investimento

O período do capitalismo organizado, imperialista ou de investimento inicia-se no final do século XIX e alcança o seu pleno desenvolvimento nas primeiras décadas após a Segunda Guerra Mundial. Nessa segunda etapa, em que emergiu a denominada *affluent Society*<sup>13</sup>, constata-se a gênese da revolução do consumismo que aniquilou valores tradicionais e fabricou uma cultura nacional e internacional fundamentada nos desejos dos sujeitos e no materialismo, de modo a desprender o ser do seu local de origem e retirar-lhe a estabilidade cotidiana. Ademais, observa-se a alteração do paradigma socioeconômico, em virtude da transição da sociedade de produção (modernidade sólida) para a sociedade de consumidores (modernidade líquida), marcada por uma reestruturação do sistema capitalista, outrossim, pela revolução das técnicas de informação e pela globalização.<sup>14</sup>

Destarte, a produção de bens de consumo continuou a se intensificar, porém buscou-se o cumprimento de algumas promessas da modernidade, tentando tornar menos visível o déficit de implementação do referido projeto, outrossim, almejou-se conciliar interesses

---

<sup>11</sup> ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1985. p. 100.

<sup>12</sup> RENNER, Karl. **The institutions of private law and their social functions**. Trad. Agnes Schwarzschild. London: Routledge & Kegan Paul, 1976. p. 86.

<sup>13</sup> GALBREITH, John Kenneth. **The Affluent Society**. 4.ed. Nova York: Houghton Mifflin Company, 1998.

<sup>14</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2001. p. 9-22.

antagônicos nos limites do possível no capitalismo. Constatam-se uma expansão do princípio do mercado que assumiu novas formas e alcançou espaços mais amplos e, diante da concentração e centralização do capital industrial, financeiro e comercial, observa-se o desenvolvimento dos cartéis, da luta imperialista pelo controle dos mercados e matérias-primas, o aumento do tamanho das unidades de produção, o aprimoramento da tecnologia e o surgimento das cidades industriais.<sup>15</sup> No entanto, também se observa o surgimento de Estados voluntaristas, que procuravam reconstituir as economias prejudicadas pela guerra e também aprimorar as condições de vida e de trabalho dos sujeitos.<sup>16</sup>

Nos idos de 1920, a expressão sociedade de consumo ou *mass consumption society* emerge pela primeira vez, ainda sendo utilizada hodiernamente.<sup>17</sup> Na década de 30, com o advento da Grande Depressão, vislumbrava-se uma tendência fordista de estabelecimento de um planejamento de larga escala e de uma racionalização do processo de trabalho. Contudo, apenas após a Segunda-Guerra Mundial esse movimento ganhou força, de modo que o capitalismo passou a se constituir o “artesão principal da cultura hedonista”<sup>18</sup>, de modo que os artigos outrora luxuosos foram disseminados pela sociedade através dos ditames da moda, dos meios midiáticos de massa, dos anúncios publicitários e da concessão de crédito, o que ensejou o dispêndio de quantias por parte dos sujeitos de inúmeras classes sociais, que começaram a se deixarem conduzir por seus impulsos.

Nos idos de 1950, constata-se o ápice da expansão fordista, caracterizado por um excelente desempenho econômico, de modo que o consumismo se instalou entre os americanos e os europeus e as empresas americanas passaram a se expandir em busca de mercados externos para consumirem os bens produzidos de forma massificada.<sup>19</sup> Os sujeitos começaram a supervalorizar o ócio e o prazer, consagrando uma cultura centrada no hedonismo. Esse contexto foi favorecido pelo advento da televisão, que surgiu na mesma época, e oportunizou uma difusão mundial dos acontecimentos, bem como pelo surgimento da internet, nos idos dos

---

<sup>15</sup> SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice: O social e o político na pós-modernidade**. 10. ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005. p. 80. p. 84.

<sup>16</sup> TOURRAINE, Alain. **Um novo paradigma: para compreender o mundo de hoje**. Trad. Gentil Avenilon Titton. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007. p. 28.

<sup>17</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23.

<sup>18</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri: São Paulo, Editora Manole, 2005. p. 63.

<sup>19</sup> DELGADO, Ana Paula Teixeira. **O Direito ao Desenvolvimento na Perspectiva da Globalização: Paradoxos e Desafios**. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2001. p. 13.

anos 1980 e 1990, que incentivou os sujeitos a expandirem os seus horizontes a partir da constituição de uma espécie de aldeia global, imprescindível para o avanço do turismo.<sup>20</sup>

Nesse período, diante dos impactos da industrialização e dos problemas de cunho social e econômico, observou-se que a igualdade formal não se constituía suficiente para, de fato, tutelar os interesses dos indivíduos, por isso, passou-se a exigir um comportamento positivo e ativo do Estado no domínio econômico, social e cultural, propiciando, nos idos da terceira década do século XX, o reconhecimento dos direitos socioeconômicos, classificados como de segunda geração e o surgimento do *Welfare State*.

As Constituições pós-guerra, portanto, garantiam direitos fundamentais que se referiam à liberdade e à igualdade material concreta para os sujeitos através da atuação do ente estatal, como exemplos marcantes, citam-se a Carta do México de 1917, que inaugura essa fase, assim como a Carta Magna de Weimar.<sup>21</sup> No Brasil, observa-se que a Lei Maior de 1934 foi a primeira a inserir tais direitos em seu corpo, permitindo, inclusive, a intervenção estatal no domínio econômico, porém em 1937 não se constatou uma preocupação com esse tema, verificando inúmeras normas antidemocráticas no texto constitucional.<sup>22</sup> A *Lex Fundamentalis* de 1946, instituída no período posterior à guerra, fincou-se em ideais democráticos e reconheceu a liberdade de iniciativa e a valorização do trabalho humano, bem como a intervenção no domínio econômico.<sup>23</sup>

No final dos anos 1960, o modelo fordista começou a esmaecer, em razão da saturação do mercado interno de bens, da modificação da matéria-prima natural pelos produtos sintéticos e da concorrência intercapitalista. Constata-se que o *Welfare State* não mais conseguia solver as contradições do capitalismo, em virtude da dificuldade de aplicação dos princípios da liberdade e da igualdade de direitos, imprescindíveis para disciplinar relações em que as partes se encontram em disparidade na ordem contratual, como as de consumo. Dessa forma, constata-se a transição para o período do capitalismo desorganizado.<sup>24</sup>

---

<sup>20</sup> LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo: Resposta a uma sociedade desorientada**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011. p. 73-76.

<sup>21</sup> LAFER, Celso. **A Reconstrução dos Direitos Humanos**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1991. p. 127-128.

<sup>22</sup> A Constituição de 1937 apresentava uma grande concentração dos poderes na figura do chefe do Executivo. Conforme o seu art. 9º, ficava a cargo do Presidente da República a nomeação das autoridades estaduais e dos interventores.

<sup>23</sup> SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional**. 33. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2010. p. 83.

<sup>24</sup> CASTEL, Robert. **A insegurança social: o que é ser protegido?** Trad. Lúcia M. Endlich. Petrópolis: Editora Vozes, 2005. p. 41.

### 2.1.3 Capitalismo Tardio, Desorganizado ou Monopolista

O capitalismo tardio, desorganizado ou monopolista<sup>25</sup> inaugura-se nos idos dos anos sessenta e continua vigorando até os tempos hodiernos. O período é assim denominado, em virtude do processo de desconstrução das formas de organização do período anterior, estabelecendo-se profundas reestruturações econômicas, social e política, fundadas no desenvolvimento intenso do princípio do livre mercado, o que oportunizou o crescimento explosivo do comércio mundial, impulsionado pelo surgimento de inúmeras empresas multinacionais. No mesmo ínterim, observou-se uma verdadeira euforia cultural e política, de modo que os sujeitos passaram a perder a preocupação com a coisa pública, restringindo-se aos seus interesses pessoais.

Em meados do ano 1970, verificou-se a união do capital industrial ao bancário, em virtude da crise do petróleo, assim como se instituiu a técnica de produção fordista-keynesiana, que se fundava no consumo e produção massificado, na padronização de bens, e na intensa divisão do trabalho e alta mecanização.<sup>26</sup> Nos idos de 1980, fase posterior à Guerra Fria, houve o desenvolvimento de novas tecnologias da informação, proporcionando avanços que estimularam a globalização e, conseqüentemente, a ampliação do comércio internacional, a formação de um mercado global, a homogeneização de padrões culturais e de consumo, o enfraquecimento da ideia de Estado-nação e a formação de blocos comerciais.

Esse contexto contribuiu para a reorganização das relações internacionais, incentivando os processos de integração regional, assim como o turismo, pois o tempo e os custos da comunicação e do transporte internacional reduziram vertiginosamente. Consta-se a existência de outros fatores que colaboraram para a ascensão da atividade turística. A sociedade pós-moderna conduziu os sujeitos a buscarem o autoconhecimento, inclusive no mercado de consumo, de modo que os indivíduos passaram a ser atraídos por produtos e serviços que satisfizessem seu impulso narcisístico, proporcionando-lhe sensações de bem-estar físico e psíquico. Ademais, a padronização cultural global e o fato de a atividade turística conferir certo *status* social aos consumidores também contribuíram sobremaneira para o desenvolvimento do fenômeno turístico.<sup>27</sup>

A economia globalizada pós-guerra, portanto, gera uma maior dependência entre os países e uma alteração nos seus sujeitos e atores, percebendo-se um sobrepujamento ao Estado-

---

<sup>25</sup> SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice**. 10. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2005. p. 87-88.

<sup>26</sup> SILVA, César Augusto Silva da. **O Direito Econômico na Perspectiva da Globalização**: Análise das Reformas Constitucionais e da Legislação Ordinária Pertinente. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2000. p. 9.

<sup>27</sup> IRTI, Natalino. **L'etat dela decodificazione**. 3.ed. Milano: Editora Guiffirè, 1989.

nação, em virtude da constituição de redes globais. Neste sentido, as relações econômicas internacionais, que antes se constituíam a partir das ações dos Estados isolados, hodiernamente ocorrem através das empresas transnacionais, assim como dos blocos econômicos e outros sujeitos plurilaterais. Esse contexto ensejou a descentralização e a fragmentação do poder, bem como o surgimento da economia internacional que não se restringe à soma das economias nacionais, mas abrange o conjunto de empresas das corporações transnacionais. Desse modo, o Estado sofreu um enfraquecimento, enquanto ente habilitado a proteger efetivamente os seus cidadãos e manter o equilíbrio social, através do controle da economia.<sup>28</sup>

Nesse período, vivencia-se a intitulada Era dos Direitos<sup>29</sup>, em virtude da priorização da proteção dos sujeitos no plano internacional e interno, o que oportunizou o surgimento dos direitos fundamentais de terceira dimensão, intitulados de direitos de fraternidade ou solidariedade, que são de titularidade coletiva ou difusa, ou seja, os direitos à paz, à autodeterminação dos povos, ao desenvolvimento, ao meio ambiente, à qualidade de vida, à conservação e utilização do patrimônio histórico e cultural e de comunicação e, inclusive, os direitos dos consumidores sob a perspectiva transindividual. Em virtude da sua implicação transindividual ou até mesmo universal, esses direitos exigem esforços e obrigações universais para a sua consagração.

Diante do contexto acima apresentado, ingressa-se em um período em que as consequências da modernidade se tornam mais radicais e universais do que jamais outrora. Neste sentido, alguns autores abandonaram a expressão “capitalismo tardio, desorganizado ou monopolista” e optaram por conferir uma nova definição à etapa vivenciada nos tempos atuais, denominando-a de hipermodernidade, conforme se dissertará a seguir.

#### 2.1.4 Hipermodernidade

A hipermodernidade<sup>30</sup> se trata de uma etapa definida por quatro polos estruturantes: o hipercapitalismo, relacionado à globalização financeira; a hipertecnificação, referente à técnica moderna; o hiperindividualismo e o hiperconsumo, que oportunizam o avanço do comércio internacional e a formação de uma sociedade mundial de consumidores. O hipercapitalismo influencia não apenas no âmbito econômico, mas também apresenta influxos no que tange ao

---

<sup>28</sup> PERIN JUNIOR, Ecio. **A Globalização e o direito do consumidor**: aspectos relevantes sobre a harmonização legislativa dentro dos mercados regionais. São Paulo: Editora Manole, 2003. p. 77.

<sup>29</sup> BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Trad. Nelson Coutinho. 11.ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.

<sup>30</sup> LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: Resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011. p. 56.

aspecto cultural, ao interferir no modelo de conduta social, nos pensamentos coletivo e individuais, bem como na existência humana. A sensação de vazio e de solidão integram o sujeito da hipermodernidade, que, a despeito de externamente parecerem livres e verdadeiros senhores de si mesmos, se tornaram mais vulneráveis e frágeis no âmbito interno e, por isso, o consumismo passa a dominá-los como subterfúgio remediar esses sentimentos.<sup>31</sup>

Neste sentido, os sujeitos restam inquietos, sempre em constante movimento, fadados a se moverem continuamente, pois esse deslocamento é promessa de bem-aventurança, tornando a viagem mais apazível do que a chegada. Esse contexto é motivado justamente pela expansão do capitalismo cultural, responsável por intensificar o fenômeno do turismo, considerando-se a busca incessante dos sujeitos pelo hedonismo. Consta-se, na modernidade líquida, que a cultura de massa tem imposto uma satisfação temporária ou transitória após a aquisição ou contratação de produtos e serviços.<sup>32</sup>

Neste sentido, é importante destacar que o consumidor da sociedade de consumo pós-moderna<sup>33</sup> é considerado um *homo economicus et culturalis*, pois é ágil, móvel e emotivo, tratam-se de cidadãos globais, que apresentam uma grande aspiração de se comunicar com outros sujeitos.<sup>34</sup> Desse modo, vivencia-se o período em que os serviços turísticos retroalimentam a busca pela diversidade de experiências e culturas, satisfazendo os sujeitos em seus desejos mais íntimos. Assim sendo, os consumidores passam a ter à sua disposição inúmeras opções de produtos e serviços, de modo que podem cruzar o mundo, conhecer lugares inusitados, degustar pratos exóticos, ouvir músicas diferentes, adquirir objetos de decoração de distintos países.

No entanto, é preciso se atentar para o fato de que, com o advento do turismo, os indivíduos passaram a consumir em todos os lugares, em “um espaço qualitativo sem distância, sem referência pontual ou polar”<sup>35</sup>, transcendendo barreiras geográficas. Destarte o comércio “libera forças que destroem as normas implícitas nas práticas domésticas”<sup>36</sup> e, conseqüentemente, enfraquecem as instituições dos Estados, cada vez menos capazes de

---

<sup>31</sup> LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: Resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011. p. 32-57.

<sup>32</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: As Conseqüências Humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999. p. 93.

<sup>33</sup> LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. Trad. Ricardo Corrêa Barbosa. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2009. p. 27-31.

<sup>34</sup> MARQUES, Claudia Lima. A Proteção dos Consumidores em um Mundo Globalizado: Studium Generale sobre o Consumidor como Homo Novus. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 13, v. 85, p. 25-62, jan./fev. 2013.

<sup>35</sup> SERRES, Michael. **Hominescências**: o começo de uma outra humanidade? Trad. Edgard de Assis Carvalho e Mariza Perassi Bosco. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil. 2003. p. 199.

<sup>36</sup> RODRIK, Dani. **A globalização foi longe demais?** Trad. Magda Lopes. São Paulo: Editora Unesp, 2011. p. 8.



assegurar os direitos desses sujeitos em face das superpotências do mercado, justamente em razão do corporativismo, dos lobbies políticos e da influência midiática. Segundo Lorenzetti, constata-se na criação legislativa “não um ato de soberania estatal, mas o acordo prévio dos grandes grupos organizados; se trata de uma espécie de contrato, de acordo, que impõe a lei que convém a seus interesses”.<sup>37</sup> Desse modo, cria-se uma insegurança que atinge os consumidores, tornando-os mais vulneráveis diante dessas transações internacionais.

Considerando-se que os Estados têm perdido força e vigor na luta pela defesa dos consumidores, inclusive dos turistas, diante da sociedade mundializada, fruto de uma sociedade extremamente globalizada, faz-se necessário buscar alternativas globais e regionais para efetivamente protegê-los. Neste sentido, é preciso investigar o fenômeno do turismo, entender o seu conceito, as suas facetas, a sua evolução, bem os sujeitos envolvidos na prestação de tais serviços para compreendê-lo e desenvolver uma tutela eficaz aos interesses dos consumidores, vulneráveis no mercado de consumo, especialmente regional.

## 2.2 ESCORÇO HISTÓRICO

Transportar-se de um lugar ao outro sempre se constituiu uma prática na vida dos indivíduos durante a história, desde a sociedade pré-histórica até a contemporânea, seja para conquistar novos territórios, dominar povos, realizar negócios, explorar riquezas naturais, desenvolver o conhecimento científico ou conhecer novos espaços, culturas, comportamentos e hábitos. Contudo, com os avanços científicos e tecnológicos, bem como diante do desenvolvimento socioeconômico da população, as viagens se democratizaram e passaram a ser utilizadas com maior constância para o lazer dos consumidores.

A despeito da dificuldade em precisar exatamente quando a atividade turística surgiu, destacam-se os registros na Caverna de Madasin, nos Pirineus, que revelam a prática dos habitantes locais de viajar até o mar e retornar há mais de treze mil anos. Ademais, observa-se que nos séculos III e IV da era cristã, os fiéis iniciaram o hábito de realizar viagens de cunho religioso a ermitérios, mosteiros e conventos da Síria, do Egito e de Belém, com o fito de pedir conselhos, orações, bênçãos e curas a sujeitos conhecidos como servos de Deus, uma espécie arcaica de turismo religioso.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis. **Fundamentos do Direito Privado**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 57-70.

<sup>38</sup> ANDRADE, João Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 8.ed. São Paulo: Editora Ática, 2000. p. 79.

Nesse período se iniciaram várias visitas a igrejas e santuários onde se encontravam os restos mortais de mártires e também nos locais por onde Jesus Cristo, seus apóstolos e discípulos passaram, viveram e morreram, ou regiões importantes no Antigo Testamento. Inclusive, registros do ano 333 evidenciam itinerário detalhado para o deslocamento de fiéis que saíam de Bordéus, na França, rumo a Jerusalém Destaque-se, inclusive, que a Igreja Católica se tornou a precursora na organização hoteleira mundial, pois para atender os fiéis que chegavam foram criadas casas de hóspedes ou hospedarias, pelos caminhos que conduziam à Roma. No entanto, o marco inicial do turismo na Antiguidade é considerado a viagem que a rainha de Sabá fez, ao deixar o seu palácio na Arábia e realizar uma visita ao Rei Salomão em Jerusalém, no século X a.C.<sup>39</sup>

Na Antiguidade Clássica, especificamente na Grécia e em Roma, o turismo começou a se projetar como atividade econômica. Os Jogos Olímpicos, que ocorriam a cada quatro anos, atraíam os atletas e espectadores para a cidade-estado de Olímpia, o que motivou os gregos a construir estruturas de alojamento, alimentação e transporte. Ademais, o crescimento do Império Romano incentivou um intercâmbio comercial intenso, bem como propiciou as viagens de entretenimento, em virtude dos inúmeros teatros, espetáculos circenses, lutas entre gladiadores oferecidos em Roma. A construção de estradas, pontes e viadutos, além de outras obras viárias pelos cidadãos romanos favoreceu o deslocamento mais longo pelos europeus que almejavam viajar.

Existiram outros acontecimentos históricos que incentivaram a atividade turística. As primeiras espécies de excursões mencionadas foram as peregrinações religiosas realizadas pelos cidadãos romanos à Roma, a partir do século VI; pelos muçulmanos à Jerusalém e à Meca no século VII; pelos cristãos à tumba de Santiago de Compostela, descoberta no século IX, na Espanha. Não se pode olvidar das Cruzadas, ocorridas entre os séculos XI e XIV, que objetivavam expulsar os muçulmanos de Jerusalém, bem como o aumento das fortunas dos senhores feudais e a ampliação dos mercados pelos comerciantes, o que propiciou o surgimento de hospedarias e agências de viagem.

O período renascentista, afluído entre séculos XIV e XVI na Europa, promoveu acentuada produção científica e artística, o que incentivou a nobreza e o clero a buscarem conhecimentos mais aprofundados, de forma que passaram a realizar viagens educativas e culturais com esse intento. Nos séculos XVI a XIX, a expansão comercial europeia e a difusão do uso da bússola favoreceram as viagens de negócios, assim como o *Grand Tour*, espécie de

---

<sup>39</sup> BOSISIO, A (coord.). **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio/Conselho de Turismo, 2005.

viagem que associava o lazer e a instrução, disseminando-se entre a elite britânica e, posteriormente, entre a elite europeia. Tratava-se de uma espécie de viagem de estudos que conferia *status* social à aristocracia, de modo que os britânicos entendiam serem detentores de cultura somente os que tivessem vivenciado um *grand tour* através da Europa, durante a sua educação ou formação profissional.<sup>40</sup>

A Revolução Industrial se originou na Inglaterra, no século XVIII, porém desenvolve-se plenamente ao longo do século XIX na Europa e nos Estados Unidos, espalhando-se globalmente durante o século XX. Nesse período, as condições de trabalho sofreram uma modificação paulatina, inicialmente o operariado passou a ter um tempo livre que servia basicamente para a reposição da força física, posteriormente, com a definição das jornadas de trabalho, fins de semana de descanso e férias anuais, o trabalhador passou a ser incluído como consumidor, o que propiciou o aumento da procura por viagens de entretenimento. Os avanços científicos e tecnológicos vivenciados nesse período, como a máquina de vapor, a criação dos trens e barcos de vapor e, *a posteriori*, o surgimento da estrada de ferro propiciou o crescimento do turismo.

Neste sentido, conclui-se que os indivíduos, desde que perceberam o seu gosto ou necessidade de ampliar os seus horizontes, através do deslocamento em busca de experiências de vida, da conquista de territórios ou com o fito de sanar a sua curiosidade sobre outros locais além do conhecido, aprenderam a viajar. O espírito aventureiro ou as demandas referentes à subsistência conduziram os sujeitos a constrangimentos, pois a migração, apresentando uma conotação de conquistas ou êxodos, propiciava confrontos, porém também muita união entre os seres e os seus grupos sociais que se aproximam e fortaleciam com tais deslocamentos.

No entanto, era cedo que os deslocamentos implicavam a hostilidade aos habitantes locais, bem como eram perigosos para os turistas, que desconheciam a região. Neste sentido, cientes da possibilidade de se deslocar para localidades mais longínquas, os indivíduos passaram a arquitetar formas de viajar, evitando incertezas e temor, com o intuito de garantir a satisfação das necessidades básicas e a segurança daqueles que transitavam.

Dessa forma, na segunda metade do século XIX, a burguesia europeia já promovia viagens organizadas formulando roteiros para deslocamentos mais seguros e produtivos, bem como organizando o abastecimento de suprimentos alimentícios para os turistas e a promoção de uma estadia segura, com o fito de evitar intercorrências. Destaque-se que, em 1841, a primeira viagem coletiva de turismo internacional foi organizada por Thomas Cook,

---

<sup>40</sup> ANDRADE, João Vicente de. **Turismo**: Fundamentos e Dimensões. 8.ed. São Paulo: Editora Ática, 2000. p. 9.

considerado o pai do turismo moderno. Nesta oportunidade, 570 pessoas foram transportadas de Loughborough a Leicester, na Inglaterra, com o intento de participar de um congresso contra o alcoolismo.<sup>41</sup>

Em 1845, Thomas Cook fundou em parceria com o seu filho a agência Thomas Cook & Son e lançou um livro sobre viagens intitulado “*Handbook of the trip*”, para uso e instrução dos turistas. A iniciativa pioneira possibilitou o desenvolvimento do conceito de viagem organizada e democratizou o turismo entre indivíduos de distintas classes sociais, ao montar o primeiro pacote turístico (*package*) da história, abrangendo serviços de transporte, hospedagem, alimentação e guia. Nesse viés cumpre destacar que Thomas Cook, contribuiu para que as viagens ganhassem uma nova conotação, de prazer e entretenimento.<sup>42</sup>

O turismo tem avançado cada vez mais e tem contribuído bastante para os países em desenvolvimento, tendo em vista a inegável colaboração para a criação de empregos e, conseqüentemente, o aumento de renda da população, bem como auxilia na diminuição das diferenças regionais, na melhora da qualidade de vida das mais diversas regiões, em virtude da execução de obras de infraestrutura, tais como transporte, saneamento, energia etc.<sup>43</sup> Considerando-se a incomensurável relevância desse fenômeno, conforme descrito, no ano de 1925, na Holanda, realizou-se o Congresso Internacional de Associações Oficiais de Tráfego Turístico em Haia.

Posteriormente ao fim da Segunda Guerra Mundial, instituiu-se a União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (UIOOT), como uma entidade internacional não governamental composta por representantes governamentais e associações privadas de turismo, sediada em Genebra, bem como foram criadas a Comissão Europeia de Turismo e a Associação Mundial de Agências de Viagem. Diante da relevância do turismo, a Assembleia-Geral das Nações Unidas, em 1974, transformou a UIOOT em um órgão intergovernamental e, em 2003, tornou-se uma agência especializada denominada Organização Mundial do Turismo (UNWTO). Nesse viés, foram elaboradas leis e normas para regimentar as viagens nacionais e internacionais, independentemente da motivação e objetivos, por força de convenções internacionais, respeitando-se as soberanias nacionais.

---

<sup>41</sup> DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005. p. 7.

<sup>42</sup> FERREIRA, V. H. M. **Teoria Geral do Turismo**. 2. ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2007. p. 26.

<sup>43</sup> A contribuição do Turismo ao Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil foi de US\$ 152,5 bilhões (8,1%), o que evidencia o crescimento de 3,1% do PIB Turístico, uma das taxas mais elevadas na América do Sul. Ademais, o turismo originou 6,9 milhões de empregos, o que significa um percentual de 7,5% de todos os empregos gerados no Brasil. Disponível em: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/#undefined>. Acesso em: 28 ago. 2019.

Na segunda metade do século XX, a partir do ano de 1945, a aviação passou a ser um meio de transporte utilizado pela indústria do turismo, ampliando essa atividade comercial, que passou a contar com mais destinos. O advento do turismo de massas, nos países industrializados, incentivou as mais variadas classes sociais a viajarem e proporcionou o desenvolvimento dessa atividade. Alguns fatores que contribuíram decisivamente para este fato foram: a modernização e a facilitação de acesso aos meios de transporte; o desenvolvimento do consumismo; a concessão de férias remuneradas ao operariado e o aumento da expectativa de vida. Ademais, não se pode olvidar que o aspecto hedonista colaborou sobremaneira para o desenvolvimento do turismo.

No ano de 1960, aconteceu a Conferência Internacional das Nações Unidas *Travel and Tourism*, em Roma, oportunidade em que pela primeira vez se incluiu o turismo na agenda internacional, evidenciando a importância dessa atividade para a economia global. Em seguida, em 1967, comemorou-se o Ano do Turismo Mundial, consagrando a importância da atividade turística no mercado de consumo. No ano de 1974, em Madrid, foi criada a Organização Mundial do Turismo, com o intuito de promover e desenvolver tal fenômeno. Em 1980, ocorreu a Conferência de Manila sobre o Turismo Mundial, em que se assegurou a conservação do meio-ambiente, bem como de lugares históricos, culturais e religiosos. Em 1985, a Assembleia da OMT desenvolveu a Carta do Turismo e o Código do Turista, que almejavam proteger o meio-ambiente e garantir a conservação de recursos. A queda do Muro de Berlim, em 1989, e o desaparecimento dos países socialistas controlados pela antiga União Soviética oportunizaram a incorporação de vários países na economia global, tornando-os também rota de turismo.<sup>44</sup>

O turismo pode ser considerado um dos fatos sociais mais promissores, tendo em vista que se encontra diretamente relacionado à satisfação dos desejos lícitos dos indivíduos, que se multiplicam em curto espaço de tempo na sociedade de consumo.<sup>45</sup> Neste sentido, enquanto em determinado período, os seres almejam realizar viagens turísticas para determinado local, pouco tempo depois, surge um destino ainda mais exótico e interessante aos olhos da sociedade de consumo hodierna, tornando essa atividade extremamente requisitada pelos sujeitos.

No final do século XX, essa atividade se tornou a principal atividade econômica global. Os dados da World Tourism Organization (UNTWO) revelam que a chegada de turistas

---

<sup>44</sup> DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005. p. 64-65.

<sup>45</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23.

internacionais em todo o mundo teve um crescimento ininterrupto e passou de 25 milhões em 1950 a 258 milhões em 1995 e a 1.035 milhões em 2012. Nos últimos 05 anos, observa-se que o turismo internacional alcançou, em 2013, a marca de 1.087 milhões; em 2014, chegou a 1.135 milhões; em 2015, chegou a 1,184 milhões; em 2016, chegou a 1,235 milhões.<sup>46</sup> Finalmente, em 2017, a chegada de turistas internacionais chegou a 1.323 milhões, com um crescimento de 7% sobre o ano de 2016. O turismo tem crescido acima e em torno de 4% ao ano por oito anos consecutivos. Ademais, 393 milhões de pessoas a mais viajaram internacionalmente para o turismo entre 2008 e 2017.<sup>47</sup>

Na região do Mercado Comum do Sul, examinada neste trabalho, observa-se que o fenômeno turístico tem se desenvolvido sobremaneira, pois dentre os anos 2005 a 2017, houve um aumento de 6% no turismo internacional nessa região.<sup>48</sup> Em 2016, a entrada de estrangeiros na região da América do Sul aumentou 7% quanto ao período anterior, principalmente no Uruguai e no Brasil, este último, destino das Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2016.<sup>49</sup> Em 2017, essa chegada aumentou 8% - maior crescimento regional nas Américas - e a receita decorrente do turismo teve um acréscimo de 2%.<sup>50</sup> Neste sentido, diante desse avanço da atividade turística, faz-se necessário conhecer os demais aspectos relevantes acerca dessa prática.

### 2.3 CONCEITO E CARACTERÍSTICAS DO TURISMO

O termo turismo provém do vocábulo latino *tornus* que significa volta e advém do verbo *tornare* que quer dizer voltar, de modo que inicialmente simbolizava o movimento circular, porém passou a ser entendido como viagem de recreio, excursão. A atividade turística, apesar de se constituir um antigo fato socioeconômico e político-cultural, é um fenômeno recente como objeto de estudos, de forma que se faz necessário investigar o conceito e as características dessa prática antiga, mas pouco explorada.<sup>51</sup>

A atividade turística pode ser considerada uma combinação de serviços, pois intenta programar, viabilizar e realizar as viagens, assim como os serviços de recepção e hospedagem aos sujeitos. Em decorrência desse funcionamento complexo, tornam-se necessários inúmeros conhecimentos operacionais para o cumprimento do que foi ofertado, alcançando-se o deleite

---

<sup>46</sup> Disponível em: <http://www2.unwto.org/>. Acesso em 24 maio 2019.

<sup>47</sup> Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>. Acesso em 24 maio 2019.

<sup>48</sup> Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em 07 fev. 2019.

<sup>49</sup> Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>. Acesso em 07 fev. 2019.

<sup>50</sup> Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em 07 fev. 2019.

<sup>51</sup> BOSISIO, A (coord.). **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio/Conselho de Turismo, 2005.

final do consumidor. Nesse viés, cumpre destacar que essa atividade apresenta natureza heterogênea, utilizando-se de preceitos, instrumentos e conclusões de outros ramos do saber, tais como técnicas específicas de comunicação, administração e economia, o que obstaculiza a formação de uma ciência autônoma, munida de um ordenamento disciplinado e rígido e de uma metodologia específica.<sup>52</sup>

O turismo pode ser analisado sob a ótica sociocultural e econômica. Conforme o prisma sociocultural, pode ser considerado como um fenômeno que intenta atender às necessidades psicossociológicas dos consumidores na sociedade hodierna, conforme se verificará posteriormente quando da análise das motivações dos indivíduos para viajarem. De acordo com a perspectiva econômica, pode ser compreendido como um sistema econômico-industrial integrado por vários fornecedores que ofertam produtos e serviços.<sup>53</sup>

O Centro de Pesquisas Turísticas originou-se no ano de 1929, na Faculdade e Economia da Universidade de Berlim, cuja produção teórica se intitulou como corpo de doutrina da Escola de Berlim. Os integrantes da mencionada instituição ostentavam um posicionamento homogêneo, no sentido de considerarem apenas o conjunto de viagens, o consumo de bens e serviços e os dispositivos legais de distinção entre turismo, migração e profissionalismo dos viajantes, de modo que não examinaram o fenômeno em sua plenitude, desenvolvendo conceitos e parâmetros falhos. Em seguida, os próprios integrantes do grupo começaram a alterar as suas teorias, bem como o conceito de turismo.<sup>54</sup>

A Conferência sobre Facilidades Alfandegárias para o Turismo, realizada em Nova York, foi realizada no dia 05 de junho de 1954 pela Organização das Nações Unidas e nela se definiu turista como toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de um Estado contratante diverso daquele em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 (vinte e quatro) horas e máximo de 06 (seis) meses, no transcorrer de um período de 12 (doze) meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração. A Conferência sobre Viagens Internacionais e Turismo, realizada em Roma, no ano de 1963, ratificou os conceitos elaborados em 1954 e substituiu o termo turista pela expressão visitante, proporcionando maior flexibilidade dos critérios aplicados. Assim sendo, o vocábulo

---

<sup>52</sup> ANDRADE, João Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 8.ed. São Paulo: Editora Ática, 2000. p. 11.

<sup>53</sup> DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005. p. 56.

<sup>54</sup> ANDRADE, João Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 8.ed. São Paulo: Editora Ática, 2000. p. 34.

visitante passou a ser compreendido como gênero e as palavras turista e excursionista, como espécies.

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO), posteriormente, definiu o turista como um sujeito que sai do local da residência habitual para outro, onde permanece por período temporal superior a 24 (vinte e quatro) horas, para o exercício de atividades diversas.<sup>55</sup> Neste sentido, consagram-se como características imprescindíveis do turista: o deslocamento dos sujeitos, a localidade diversa do seu domicílio, a permanência durante um lapso temporal superior a 24 (vinte e quatro) horas.

Esse fenômeno compreende a viagem, a estadia temporária, independente da motivação do turista, fazendo-se mister ressaltar que nem sempre está associado ao lazer, pois existem outros tipos de atrativo da movimentação turística, como os negócios, a saúde, a religião, a educação e os esportes. Alguns exemplos são a cidade de Fátima (Portugal), Assis (Itália), Aparecida do Norte (Brasil), que apresentam como maior atrativo o turismo religioso. Assim como a Inglaterra, que investe no turismo educacional, especialmente entre os estudantes que buscam especialização. Essa atividade, do mesmo modo, não é delimitada pelos meios de deslocamento, pois se constata a existência do turismo terrestre, aquaviário e aéreo e nem pelo destino. E, por fim, não pode ser limitado pela faixa etária dos consumidores, pois podem ser crianças, jovens, adultos e idosos de distintas idades.<sup>56</sup>

#### 2.4 MODALIDADES, TIPOS E FORMAS DO TURISMO

No que tange à análise do fenômeno do turismo, é importante não apenas definir o seu conceito e características, como identificar as suas modalidades, tipos, formas e motivações. No que concerne às modalidades, destacam-se o turismo interno e externo, o turismo receptivo, o turismo intermediário e o turismo quantitativo, subdividindo-se em turismo de elite e de massa.<sup>57</sup> A concepção de turismo interno e externo se refere à origem e ao destino dos visitantes. O turismo interno, doméstico, interior ou nacional é aquele que envolve a circulação do capital nacional no território de determinado país, sendo definido como o conjunto de atividades turísticas prestadas aos indivíduos que usufruem dos serviços, porém sem se evadir do território do Estado-nação.

---

<sup>55</sup> Disponível em: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>. Acesso em 24 maio 2019.

<sup>56</sup> MAMEDE, Gladston. **Direito do consumidor no turismo**: código de defesa do consumidor aplicados aos contratos, aos serviços e ao marketing do turismo. São Paulo: Editora Atlas, 2004. p. 26.

<sup>57</sup> BENI, Márcio Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2.ed. São Paulo: Senac, 1998. p. 50-70.



O turismo externo, ativo ou internacional é conceituado como aquele em que os sujeitos transpõem limites territoriais do seu país de origem, direcionando-se a outros países em que, de modo temporário, adquirem bens e contratam serviços, conforme as suas necessidades e interesses, tratando-se, portanto, de uma atividade de importação. Essa modalidade tem ganhado relevância no cenário da sociedade de consumo, pois esses bens conferem maior *status* aos sujeitos. A citada conjuntura é favorecida pelo apreço dos sujeitos por tais produtos e serviços, ampliado pela globalização que oportunizou o acesso a tais itens, através dos meios de consumo de massa, sobretudo por intermédio da internet.

O turismo receptivo, de oferta, estrangeiro e passivo se consagra sob o ponto de vista do país que acolhe os visitantes e efetua a exportação de seus bens. O turismo intermediário ocorre nos locais, que dispõem de atrativos nacionais e internacionais importantes, e se encontram situados entre o logradouro de origem e de destino dos sujeitos. Esse fenômeno, em síntese, se manifesta nos locais onde os visitantes se hospedam com o intuito de prosseguir a sua viagem ao núcleo receptor ou à sua residência e, apesar de não ser o destino final dos consumidores, encontram-se inseridos nos roteiros de viagem em virtude da infraestrutura que apresentam, sendo capazes de atender a necessidades previstas ou supervenientes.<sup>58</sup>

O turismo quantitativo é aquele que pressupõe uma análise das condições relativas ao poder aquisitivo e da sofisticação dos bens e serviços de natureza turística. Assim sendo, subdivide-se em turismo de elite ou de minorias e turismo de massa. No turismo de elite, verifica-se uma maior comodidade e uma superior qualidade dos bens, considerados de luxo. O turismo de massa, de burguesia ou de maiorias é requisitado, normalmente, pelos representantes da classe média assalariada e de empresários de pequeno e médio portes, e se concretiza através da aquisição de pacotes de viagens de nível razoável, que oferece um certo conforto, mas não exige dos consumidores um dispêndio financeiro excessivo.

No que se refere aos tipos, sublinham-se o turismo de férias, cultural, de negócios, desportivo, de saúde e religioso.<sup>59</sup> O turismo de férias ocorre no período, pelo menos anual, de paralisação do trabalho habitual ou dos estudos, caracterizando-se como um tempo destinado ao repouso e lazer. Ademais, originou-se justamente no período da Revolução Industrial, em que se concebeu a coexistência entre o trabalho e o repouso. Apresenta, portanto,

---

<sup>58</sup> DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005. p. 4.

<sup>59</sup> SILVA, Luciana Padilha Leite Leão da. **A responsabilidade civil nos contratos de turismo em face ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2005. p. 15.

incomensurável importância, devendo ser considerado pelos fornecedores dos bens turísticos, justamente porque se refere ao pico de lucratividade do fenômeno turístico .

O turismo cultural se refere ao deslocamento de sujeitos com o intuito de satisfazer anseios artísticos, científicos, nos diversos ramos do conhecimento. Trata-se de uma viagem mais longa e, no seu decurso, são realizados deslocamentos menores ou suplementares, a exemplo dos consumidores que se dirigem à Europa e conhecem inúmeras regiões e países, com o intuito cultural. Na definição de Moletta essa modalidade de turismo se caracteriza pela “motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas”.<sup>60</sup> Assim, verifica-se a avidez dos sujeitos por conhecimento ou por um suposto aprendizado cultural, fruto da era do consumo.

O turismo de negócios ou técnico, por outro lado, se refere aos sujeitos envolvidos com a atividade comercial ou industrial que se deslocam para compreender os mercados, realizar contatos, firmar contratos e adquirir bens. O turismo desportivo se refere às viagens que apresentem o intento de acompanhar ou participar de eventos esportivos no mesmo território ou no exterior. Nos primórdios, as viagens começaram a se intensificar, justamente em decorrência do turismo desportivo, outrossim, os Jogos Olímpicos ocorridos na Grécia Antiga, no ano 776 a.c. atraíram grande número de pessoas, tanto participantes quanto esportistas.

O turismo de saúde, de tratamento ou terapêutico encontra-se relacionado às atividades que os sujeitos procuram para a aquisição ou o aprimoramento da sua integridade físico-psíquica. Essa modalidade é destinada a três grupos fundamentais de turistas, os que objetivam predominantemente a cura e a recuperação, deslocando-se por razões médicas, aqueles que buscam a prevenção, através do bem-estar ou da recuperação da forma e, por fim, os sujeitos que visitam tais locais para desfrutar das condições do ambiente, almejando o repouso, a evasão ou o contato com a natureza. Nos dias atuais, esse tipo de turismo tem ganhado relevância justamente em virtude do culto ao corpo, fruto do neonarcisismo que fomenta o temor do envelhecimento e da morte, de modo que sujeitos obcecados com a saúde, com a higiene e com os cultos terapêuticos estão sempre em busca de inovações nessa área nos mais diversos locais do mundo.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> MOLETTA, Vânia Florentino. **Turismo Cultural**. Porto Alegre: Editora SEBRAE/RS, 1998. p. 9-10.

<sup>61</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: São Paulo, Editora Manole, 2005. p. 42.

O turismo religioso se refere ao deslocamento a locais que inspiram sentimentos místicos ou fomentam a fé e efetua-se com o intuito de romaria e peregrinação, que, a despeito de em sua origem se diferenciarem, hodiernamente são sinônimos. No que se refere a esse tipo de turismo, há que se ressaltar que na sociedade pós-moderna, o sujeito “renuncia às militâncias religiosas, destitui as grandes ortodoxias, suas adesões seguem a moda, são flutuantes e sem grande motivação”.<sup>62</sup> Dessa forma, os indivíduos, em geral, buscam experiências espirituais das mais diversas e místicas, justamente diante da crise de personalidade e de identidade que se constitui um reflexo dos tempos hodiernos, em que se busca maior autenticidade e liberdade nos relacionamentos.

Quanto às formas, destacam-se o turismo individual, organizado, social, intensivo ou estacionário, extensivo e itinerante.<sup>63</sup> O turismo individual, particular ou autofinanciado se refere aos afazeres necessários ao planejamento, programação e execução de viagens, sem a assistência de agência ou outra instituição de natureza turística. Neste sentido, as responsabilidades decorrentes desse conjunto de tarefas são de competência de uma pessoa ou de um grupo de pessoas que organizaram a programação, os custos e o pagamento, tendo em vista que as agências atuaram meramente como entidades vendedoras de passagens e de reserva hoteleira.

O turismo organizado, por outro lado, se refere ao conjunto de atividades gerido pelas agências de viagens, associações ou outra instituição. Em geral, essa forma de turismo é mais adotada pelos consumidores de classe média, em programações de média ou longa distância ou duração e pelos turistas de classe alta, em quase todas as viagens que realizam. O turismo social conta com uma forma especial de hospedagem, alimentação, serviços e lazer e é organizado para sujeitos de baixa renda, que não teriam condições de arcar com tal atividade, realizando-se em colônias de férias de associações, de entidades de classe ou em albergues e hospedarias mantidos pelos recursos governamentais ou por fundos especiais.

O turismo intensivo, estável ou estacionário se trata do conjunto de atividades em que os consumidores permanecem hospedados em apenas um receptivo, mesmo que visitem e passem em outros locais. Essa forma de turismo é bastante requisitada, em virtude de oportunizar a redução dos custos da estadia e evita o dispêndio de tempo com os deslocamentos. O turismo extensivo ou de longo prazo se refere à hospedagem e o conjunto de atividades em

---

<sup>62</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: São Paulo, Editora Manole, 2005. p. 47.

<sup>63</sup> SILVA, Luciana Padilha Leite Leão da. **A responsabilidade civil nos contratos de turismo em face ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2005. p. 15.

um mesmo núcleo, com a duração de pelo menos três semanas, excluindo-se as excursões e visitas a outros receptivos, sendo muito comum no turismo de repouso e de saúde.

O turismo itinerante se manifesta quando o turista visita o maior número possível de países em uma única viagem, com estadias curtas em cada um dos núcleos receptivos, formando-se de uma série de permanências em locais diversos. É comum realizar-se por intermédio dos automóveis ou ônibus quando os países são interligados, ou mesmo por meio dos aviões, quando se tratam de deslocamentos longos e intercontinentais. Essa forma de turismo é bastante requisitada pelos jovens, que têm apreço pela constante movimentação e variação de locais, de restaurantes, de hospedagem e de entretenimento.

## 2.5 MOTIVAÇÕES DO TURISMO

As transformações econômicas e culturais geram mudanças no mercado turístico e, conseqüentemente, no perfil dos consumidores, que passam a apresentar uma gama de diversas motivações para viajar e descobri-las se torna um grande desafio para os profissionais que atuam nessa área. Neste sentido, a diversidade educacional, social, econômica, etária, de oportunidades e de desejos entre os consumidores geram distintas razões para desejar viajar.

Inicialmente, faz-se necessário examinar as teorias motivacionais da psicologia moderna que evidenciam considerável potencial para esclarecer a motivação do turista. A teoria de Maslow propunha uma hierarquia das demandas humanas como elementos motivadores, inicialmente as ordenou em 05 (cinco) níveis, abrangendo as necessidades fisiológicas, de segurança, amor, respeito e sentimento de realização e, posteriormente, acrescentou a necessidade de conhecer e compreender e as necessidades estéticas.<sup>64</sup>

Destaca-se também a classificação das necessidades humanas de Murray que podem se aplicar ao comportamento do turista, ressaltando-se o sentimento de competência que se refere à percepção de que algo árduo ou custoso foi realizado; o poder que oportuniza o controle de outras pessoas e a organização do comportamento de determinado grupo; a autonomia, que consagra o sentimento de independência; a afiliação, que propicia o contato com outros seres; as atividades lúdicas e a cognição, que permitem a exploração, a satisfação da curiosidade e a procura por conhecimentos.<sup>65</sup>

Pode-se afirmar que as razões para o turismo não se limitam ao entretenimento, mas, diante dos gastos das relações interpessoais na sociedade de consumo, também

---

<sup>64</sup> ROSS, Glenn F. **Psicologia do Turismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2002. p. 31.

<sup>65</sup> MURRAY, H. A. **Explorations in Personality**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1938.

se referem à vontade de se evadir do cotidiano, aventurar-se, adquirir *status* etc. Destarte, os seres humanos têm sentido cada vez mais necessidade de conhecer novos lugares, expandir seus horizontes até mesmo para se desvencilhar do estresse a que são submetidos hodiernamente, muitas vezes imbuídos de um espírito de aventura. Esse panorama, certamente, favorece o desenvolvimento da atividade turística.

O turismo, de certa forma, confere aos sujeitos uma sensação de aquisição de *status*, conferindo-lhe prestígio e uma sensação de poder, de modo que se observam nas redes sociais cada vez mais postagens em que os indivíduos compartilham registros fotográficos de suas viagens e experiências turísticas, justamente por traduzirem uma sensação de fascínio e influência, por isso observa-se que muitos se sentem atraídos pelas atrações turísticas, pois acreditam lhes conferir uma posição de privilégio.

As motivações do consumidor, portanto, podem ser físicas, relacionadas à saúde física e mental, ao entretenimento, ao descanso e à redução do estresse; psicológicas, referentes ao desenvolvimento emocional, à visita a entes familiares ou amigos e ao estabelecimento de novas relações; culturais, em que os consumidores buscam a evolução pessoal por intermédio do conhecimento de novas culturas, hábitos e países, assim como a ampliação do conhecimento artístico e histórico e sociais, que permitem que o indivíduo seja reconhecido e apreciado. Não se pode olvidar, ainda, que existem outras motivações genéricas para o turismo, como evadir-se da rotina diária, buscar uma recompensa pelo trabalho, além de se libertar das convenções sociais, bem como buscar a autenticidade, significado e valores.

## 2.6 OS ELEMENTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA

A análise do fenômeno exige a compreensão dos seus elementos, quais sejam: o consumidor-turista, o fornecedor e o produto turístico. Os turistas são aqueles que partem e permanecem, por determinado lapso temporal, no destino e retornam posteriormente, desse modo exploram os bens referentes ao deslocamento e à estadia, sendo considerados os agentes da realização das operações turísticas lucrativas, ou seja, os visitantes e hóspedes temporários, independentemente das finalidades das suas estadias e dos seus locais de origem. Esse sujeito, portanto, pode ser sempre considerado consumidor, uma vez que, durante a sua viagem terá que usufruir de produtos e serviços ofertados de forma remunerada.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> MAMEDE, Gladston. **Direito do consumidor no turismo**: código de defesa do consumidor aplicados aos contratos, aos serviços e ao marketing do turismo. São Paulo: Editora Atlas, 2004. p. 27.

A Lei 8.078/90 (CDC – Código de Defesa do Consumidor) conceitua os elementos imprescindíveis que integram a relação de consumo. O consumidor padrão ou *standard*, conforme o *caput* do art. 2º do CDC é aquele que adquire ou utiliza bem ou serviço como destinatário final. O destinatário final deve ser fático e econômico, outrossim, se trata daquele indivíduo que retira o bem do mercado de consumo e não o reemprega com intuito lucrativo. Assim sendo, os consumidores que contratam pacotes turísticos, passagens aéreas, translados, estadias em hotéis, bem como aqueles que utilizam tais serviços são considerados consumidores padrão e, portanto, protegidos pela Lei 8.078/90.

O aludido Código não se restringe à tutela dos interesses dos consumidores padrão, mas também protege àqueles intitulados como consumidores equiparados, conceituados no art. 2º, parágrafo único, no art. 17 e no art. 29, todos do CDC. Neste sentido, existem circunstâncias em que a proteção do consumidor alcança indivíduos que não são contratantes, mas estão sob a ação do fornecedor. Torna-se desnecessária a existência da aquisição ou utilização direta do bem, bastando para a incidência da Lei 8.078/90, que o indivíduo esteja exposto às situações previstas no Código, na condição de integrante de uma coletividade de pessoas, como vítima de um acidente de consumo ou como sujeito de práticas comerciais abusivas, respectivamente.

A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, é protegida pelo Código de Defesa do Consumidor, de modo que se considera a universalidade, o conjunto ou o grupo, categoria ou classe dos consumidores. Desse modo, o referido Código não limita a sua proteção às pessoas certas, individualizadas, alcançando mesmo as coletividades. A finalidade é justamente embasar a tutela coletiva dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos, previstos no art. 81 do CDC. Assim sendo, o consumidor que for submetido a uma publicidade enganosa de uma agência de turismo, mesmo que não adquira ou usufrua diretamente de qualquer pacote turístico, tem os seus interesses tutelados pela Lei 8.078/90, com base no art. 2º, parágrafo único, do referido diploma normativo.<sup>67</sup>

O Código de Defesa do Consumidor também tutela os direitos dos indivíduos vítimas de acidentes de consumo, ou seja, aqueles sujeitos que independentemente de terem realizado ou não ato de consumo, sofreram danos à saúde, à integridade ou ao patrimônio, decorrentes de um fato do produto ou serviço. Neste sentido, o autor José Geraldo de Brito Filomeno citou como exemplo a explosão de gás no Osasco Plaza Shopping, com a morte de 44 pessoas e ferimentos e danos materiais de mais 500 pessoas, muitas que sequer adquiriram qualquer item

---

<sup>67</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 159.

de consumo no referido centro comercial.<sup>68</sup> Ressalte-se que, no caso de uma excursão, em que os turistas supostamente tenham ganhado um traslado por parte dos fornecedores, havendo um acidente de consumo no transporte, estes têm os seus direitos tutelados pelo CDC, independentemente de o serviço não ter sido remunerado diretamente.

Não se pode olvidar, ainda, que a Lei 8.078/90 protege os interesses de todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas comerciais de fornecimento. Assim sendo, os sujeitos são protegidos na fase pré-contratual, de execução e pós-contratual, pertinentes ao contrato de consumo. Assim sendo, o cliente que, mesmo não tendo contratado com o fornecedor foi submetido à sua publicidade, ou aquele que estava checando oportunidades ou negociando determinado serviço turístico deve ser protegido pelo diploma normativo acima citado.

O turista que, por exemplo, se desloca a uma agência e solicita a reserva de um hotel no Caribe e recebe a informação de que para contratar esse serviço, necessitará também adquirir o pacote de traslado é submetido à prática comercial abusiva denominada venda casada, vedada pelo art. 39, inciso I, do CDC, que proíbe o condicionamento do fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos e, portanto, por mais que não contrate os referidos serviços, tem os seus direitos tutelados pela Lei 8.078/90. Essa conduta também se caracteriza um ilícito na legislação do direito da concorrência (art. 36, §3º, XVIII, Lei 12.529/2011).

A Convenção de Bruxelas de 1970 (CCV)<sup>69</sup> inaugurou as discussões sobre o contrato de viagem organizada, considerando as suas peculiaridades, no âmbito da União Europeia. A *posteriori*, em 13 de junho de 1990, foi editada a Diretiva 90/314/CEE da União Europeia que consagrou a necessidade de proteger o turista, em virtude da discrepância de forças entre o consumidor e o fornecedor, sendo incomensurável a tutela dos interesses da parte mais vulnerável diante das práticas abusivas perpetradas no mercado de consumo. O contexto que antecedeu a edição da mencionada Diretiva justificou o seu estabelecimento, tendo em vista que prevaleciam os contratos de adesão, previamente elaborados pelas agências de turismo (*tour operators*), o que potencializava o risco do turista estrangeiro que circulava por locais

---

<sup>68</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016. p. 42.

<sup>69</sup> A Convenção de Bruxelas (72/454/CEE) refere-se à Competência Jurisdicional e à Execução de Decisões em Matéria Civil e Comercial e foi assinada em Bruxelas, no dia 27 de setembro de 1968. Esse documento intentava simplificar as formalidades a que se encontravam subordinados o reconhecimento e a execução recíprocos das decisões judiciais, o que favorece o acesso à justiça.

desconhecidos, principalmente diante da previsão de cláusulas que afastavam, diminuían ou mitigavam a responsabilização dos fornecedores turísticos.<sup>70</sup>

Analisar a figura do fornecedor das atividades de turismo é de suma importância para melhor compreender esse fenômeno. O art. 3º do CDC o define como a pessoa que se posiciona habitualmente como um negociante, ofertando bens ou serviços, com o intuito lucrativo, assim sendo, o legislador não faz distinção da natureza, do regime jurídico ou da nacionalidade do fornecedor. No que tange ao turismo, os fornecedores são basicamente prestadores de serviço, como seguros de viagem, hospedagem, traslado, mesmo que seja possível encontrar aqueles que comercializam bens como lembranças, alimentos, bebidas etc.

Os principais fornecedores do mercado de consumo do turismo, sob a ótica de Márcio Carlos Beni operam nas seguintes áreas: a) deslocamento: transportadoras para curtas, médias e longas distâncias, oferecendo transporte ferroviário, aéreo, fluvial, lacustre etc; locadoras de veículos; b) alojamento: hotéis, motéis, *camping*, imobiliárias para locação de férias etc; c) alimentação: restaurantes, lanchonetes, hotéis, motéis, supermercados etc; d) recreação e entretenimento: hotéis, boates, bares, cinemas, teatros, cassinos e outras instalações de lazer e entretenimento; e) saúde: policlínicas, balneários, sanatórios, termas, estações de água, *spas* etc; f) informação e organização de viagens: agências de viagem e operadoras de turismo, transportadoras, hotéis, organizações corporativas.<sup>71</sup>

No entanto, observa-se que este rol, formulado em 1998, necessita de atualizações, sobretudo diante dos avanços que a tecnologia proporcionou. No que se refere ao deslocamento, verifica-se o surgimento de aplicativos que favorecem o trânsito dos sujeitos, tais como o *Uber*, prestadora de serviços eletrônicos na área de transporte privado urbano, através de um aplicativo, assim como *carsharing*, uma espécie de modelo de compartilhamento de carros através do aluguel, em que o usuário pode contratar o serviço através do aplicativo, utilizar o veículo e posteriormente devolvê-lo. No que tange à alimentação, é imprescindível destacar o surgimento de aplicativos como o *Ifood*, assim como o *Rappi*, que permitem a solicitação de comidas onde quer que o consumidor esteja.

No que concerne à hospedagem ou alojamento dos turistas, observa-se o surgimento do *Airbnb*, plataforma eletrônica que consiste na disponibilização temporária de cômodos em residências, mediante pagamento. Essa ferramenta oportuniza o desenvolvimento da economia colaborativa, que permite o bom uso dos recursos entre os consumidores, principalmente ao compartilhá-los com outros sujeitos. Desse modo, residências, por exemplo, que antes restavam

---

<sup>70</sup> MIRANDA, José Miguel. **O contrato de viagem organizada**. Coimbra: Editora Almedina, 2000. p. 2-37.

<sup>71</sup> BENI, Márcio Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2.ed. São Paulo: Senac, 1998. p. 181.



inutilizadas passam a ser alugadas, dando ênfase ao consumo colaborativo.<sup>72</sup> Ademais, existem outros instrumentos interessantes como o *Wimdu*, que possibilita o aluguel de espaços para hospedagem; o *Couchsurfing*, rede social que possibilita o contato entre turistas (*guests*), que desejam se hospedar gratuitamente e sujeitos que desejam recebê-los (*hosts*). Não se pode olvidar dos sites como o *booking.com*, que permitem a reserva de acomodações pelos indivíduos.<sup>73</sup>

Em relação aos produtos turísticos, faz-se mister ressaltar que o mercado é deveras heterogêneo, alcançando relações negociais extremamente diversificadas. Assim sendo, o turismo se constitui uma faceta da sociedade de consumo<sup>74</sup>, sendo compreendido como uma combinação de produtos e serviços que origina um bem específico, caracterizado pela sua originalidade, necessária para atender os anseios dos consumidores. Segundo Fabio Cárdenas Tabares, o produto turístico é caracterizado por um conjunto de bens e serviços que se oferecem ao mercado “para um conforto material ou espiritual – em forma individual ou em uma ampla gama de combinações das necessidades, requerimentos ou desejos do consumidor turista”.<sup>75</sup>

No que concerne às características, os produtos são, em geral, imateriais e intangíveis, de modo que não podem ser visualizados por quem vai contratá-los, salvo por imagem que os identifiquem. Dessa forma, apesar de apresentar aspectos tangíveis, relacionados aos bens como a qualidade dos itens do hotel, do veículo utilizado para transporte etc, a intangibilidade se constitui a sua característica fundamental, pois é constituída pelo conjunto de expectativas proporcionado pelo produto turístico no sujeito que o usufruirá posteriormente. Do mesmo modo, são estáticos, pois são produzidos no local onde serão consumidos e apresentam como parte integrante o próprio consumidor, que deve estar presente para a consumação da transação. Ademais, são perecíveis, não sendo possível armazená-los e inseparáveis da sua fonte provedora, pois a produção e o consumo ocorrem simultaneamente.<sup>76</sup>

A subjetividade também é uma característica do turismo, em virtude de o deleite ser individualizado, pois cada sujeito desenvolve uma sensação distinta sobre o produto turístico e

---

<sup>72</sup> PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do Modelo de Negócio do Airbnb no Mercado de Hospedagem: Autonomia Privada, Internet, Economia Colaborativa e as Novas Fronteiras do Direito do Consumidor. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 18, v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

<sup>73</sup> HANICH, Caroline Meller; SOARES, Ardyllis. Economia Compartilhada e Proteção do Consumidor. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 16, v. 105, p. 19-31, mai./jun. 2016.

<sup>74</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23.

<sup>75</sup> TABARES, Fabio Cárdenas. **Producto turístico**: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño. 2.ed. México: Editora Trillas, 1986. p. 15.

<sup>76</sup> DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005. p. 81-83.

a experiência vivenciada ao usufruí-lo. Importante também ressaltar que o turismo é influenciado pela variedade de estações, havendo os períodos de alta e baixa temporada. No entanto, é preciso destacar a dificuldade de controle da qualidade do serviço turístico, pois aqueles que dele usufruem apresentam apenas lembranças, difíceis de serem comprovadas, acerca da qualidade da prestação dos serviços.

## 2.7 REGULAMENTAÇÃO JURÍDICA DOS NEGÓCIOS DE TURISMO NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPEIA

A devida compreensão do fenômeno do turismo exige uma análise da respectiva regulamentação jurídica no Brasil e também na União Europeia, considerando-se que se trata de um bloco referência para o Mercado Comum do Sul. Desse modo, se torna necessário o estudo dos documentos europeus, inclusive, para servirem de inspiração ao Mercosul.

### 2.7.1 Brasil

No Brasil, observa-se que o exercício dos negócios de turismo foi regulado de início pelo Decreto n.º 84.934/80, o qual estruturou os serviços turísticos e originou a Embratur. Em 1990, o Código de Defesa do Consumidor também passou a nortear as atividades turísticas. Em seguida, o Decreto 5.406/05 dispôs sobre o assunto, definindo a figura do operador turístico como a agência de turismo que organiza programas, serviços e roteiros de viagens turísticas, emissivos ou receptivos, que incluam um ou mais serviços próprios de agência de turismo.

*A posteriori*, foi sancionada a Lei Geral do Turismo (Lei n.º 11.771/2008), responsável por estabelecer normas sobre a Política Nacional de Turismo, protegendo os sujeitos através da disciplina da prestação dos serviços turísticos. No ano de 2014, sancionou-se a Lei n.º 12.974/14, que dialoga com o diploma normativo acima citado, e aborda as atividades da agência de turismo, com o intuito de disciplinar as suas responsabilidades e deveres, enquanto ente da cadeia de fornecedores de serviços de turismo. Dissertando-se brevemente sobre o teor da citada lei, verifica-se que o texto legal aborda os serviços permitidos e exclusivos das agências de turismo (artigos 3º a 8º), versa sobre a obrigação dos fornecedores em face dos consumidores (artigos 9º, 10 e 20), disciplina o cadastramento e fiscalização das agências (art. 22) e prevê a possibilidade de penalidades (artigos 23 e 24).

### 2.7.2 União Europeia

O exame das normas protetivas dos consumidores turistas estrangeiros da União Europeia se torna imprescindível, pois podem inspirar outros blocos econômicos, a exemplo do próprio Mercosul. No âmbito desse bloco, a tutela do consumidor ganhou maior relevância com a assinatura do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia, no dia 25 de março de 1957. O TFUE assegura no art. 4.º a competência partilhada entre a União e os Estados-membros para a defesa dos consumidores, do mesmo modo, no art. 12, determina que as exigências referentes a essa matéria serão levadas em consideração na definição e execução das políticas e ações da União.

No art. 169, o citado documento garante a preservação dos interesses, da saúde e da segurança dos consumidores, zelando pelo direito à informação, à educação e à organização para a defesa dos seus interesses. Ademais, no título que versa sobre o turismo, o documento determina que a União Europeia aja para estimular a concorrência entre as empresas desse setor com o intento de produzir um ambiente favorável ao desenvolvimento dessa área, bem como de promover a cooperação entre os Estados-membros com o enfoque no intercâmbio de boas práticas.

Em seguida, no que concerne à proteção do consumidor, destaca-se a assinatura da Convenção 80/934/CEE, no dia 19 de junho de 1980, que aborda a lei aplicável às obrigações contratuais. A Convenção de Roma introduziu importantes normas sobre a tutela dos interesses desses sujeitos no Direito Internacional Privado europeu, enfatizando-se os artigos 2º e 5º. Conforme o art. 2º, seria possível utilizar o citado documento no que concerne à países não signatários, o que evidencia o seu aspecto universal e uniforme.

Em consonância com o art. 5º, as partes podem escolher a aplicação de um diploma normativo para reger o contrato de consumo, porém existem três hipóteses em que não se admite a exclusão da aplicação das normas que tutelam os interesses do consumidor, quais sejam: a) quando a oferta, publicidade ou qualquer ato de conclusão do contrato ocorreu no país de origem do consumidor, determina-se a aplicação da lei local; b) se o fornecedor ou o seu representante realizar a contratação no país de residência habitual do consumidor, deve adotar a legislação existente naquela área; c) quando se tratar de venda de produtos e o consumidor viajar para adquiri-los, mas o deslocamento for organizado pelo fornecedor com a finalidade de contratação, incidirá a lei do país do consumidor. Neste sentido, observa-se que a Convenção de Roma, atualmente Regulamento de Roma I, já priorizava àquela época a autonomia da vontade e a proteção dos interesses consumeristas.

O Tratado de Maastricht de 1993 apresentava em seu bojo um capítulo específico acerca da proteção do consumidor, conferindo competência à União Europeia para tratar sobre

o assunto. Além desse documento, destaca-se a Carta de Direitos Fundamentais da União Europeia, proclamada em 7 de dezembro de 2000, que determina, em seu art. 38, que as políticas desse bloco devem assegurar alto grau de proteção ao consumidor. Outros dois diplomas legais imprescindíveis para garantir a tutela dos interesses desses indivíduos no Direito Europeu foram o Tratado de Amsterdão, assinado em 02 de outubro de 1997, que aborda a proteção básica à saúde, segurança e interesses econômicos do consumidor e o Tratado de Lisboa, assinado em 13 de dezembro de 2007, que conferiu um maior grau de tutela desses sujeitos em inúmeros âmbitos.

No que se refere aos regulamentos, torna-se importante analisar aqueles que mais se relacionam à proteção do consumidor turista. O Regulamento 261/2004/CE versa sobre a indenização e assistência aos passageiros dos transportes aéreos nas hipóteses de recusa de embarque e de cancelamento ou atraso de voos. Esse documento apresenta enorme relevância, sobretudo porque pode se aplicar a não comunitários, desde que o sujeito realize o voo através de uma empresa aérea da União Europeia e tenha como destino final uma cidade desse bloco. O Regulamento 416/2010/UE, atualiza o Regulamento 44/2001/CE, e garante que os consumidores na União Europeia, que firmem contratos ou realizem compras fora da região, possam acessar a justiça, através do Poder Judiciário do seu domicílio, o que proporciona uma maior segurança jurídica e suprime o *exequatur*, facilitando o cumprimento de decisões entre tribunais dos Estados-membros.

Destacam-se também os Regulamentos 93/13/CEE de 05 de abril de 1993, 1999/44/CE de 25 de maio de 1999, e 2000/31 de 08 de junho de 2000, que tratam respectivamente do rol de cláusulas abusivas, das garantias e do comércio eletrônico. Importante ressaltar que a União Europeia apresenta dois mecanismos de cooperação imprescindíveis para a proteção do consumidor turista, quais sejam: a *European Consumer Center Network* (ECC-Net) e o *Rapid Alert System for dangerous non-food products* (RAPEX).

A Rede dos Centros Europeus do Consumidor (ECC-Net) foi concebida a partir do Regulamento 2006/2004/CE e possui o intento de interligar os Estados-membros do bloco, instituindo métodos alternativos para a solução de conflitos, por meio do fornecimento gratuito dados e prestação de auxílio aos consumidores acerca das relações de consumo transfronteiriças online ou físicas. O RAPEX, instituído a partir da Diretiva 2001/95/CE do Parlamento Europeu, atua na prevenção e defesa da saúde e segurança dos consumidores europeus, através da adoção de instrumentos de cooperação internacional administrativa entre autoridades de defesa do consumidor dos países integrantes do bloco. Desse modo, facilita a troca de informações entre

as autoridades nacionais dos países dos Estados-membros e a Comissão Europeia sobre os bens de consumo perigosos encontrados no mercado.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O Consumidor Turista Estrangeiro no Mundo: A Necessária Instituição de um Sistema de Proteção e Cooperação Internacional. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, v. 107, p. 243-290, set./out. 2016.

### 3 A PROTEÇÃO INTERNACIONAL E CONSTITUCIONAL DO CONSUMIDOR TURISTA NOS PAÍSES INTEGRANTES E ASSOCIADOS AO MERCOSUL

A sociedade pós-moderna encontra-se inserida em uma conjectura política e econômica de vultuosas e frenéticas transformações que reverberam nas relações internacionais e no contexto interno dos Estados-nações. Constituem-se características desse período a velocidade, a ubiquidade e a liberdade, que oportunizam a facilidade de comunicação e a ausência de fronteiras, o que estimula a aquisição de bens e contratação de serviços. Neste sentido, o sujeito passa a buscar a satisfação dos seus desejos no mercado internacional, através do comércio eletrônico ou do turismo, constatado quando o consumidor ativo se desloca para outro país, adquire bens ou contrata produtos de fornecedores estrangeiros. Dessa forma, com a intensificação das atividades turísticas, imbróglis parecidos atingem os indivíduos, normalmente envolvendo as agências, os transportes, estabelecimentos hoteleiros, dentre outros fornecedores.<sup>78</sup>

Verifica-se, diante desse contexto que alguns autores compreendem que os sujeitos inseridos no mercado internacional, seja através do turismo ou do comércio eletrônico, encontram-se em situação de hipervulnerabilidade<sup>79</sup>, conceituada como uma situação social fática e objetiva de potencialização da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, em decorrência de aspectos pessoais evidentes ou de conhecimento do fornecedor.<sup>80</sup> Essa debilidade relaciona-se à massificação, diante da facilidade de acesso aos pacotes turísticos, às dificuldades de informação acerca da segurança e qualidade de produtos e serviços às barreiras linguísticas, pois mesmo apresentando algum conhecimento de determinado idioma, o indivíduo dificilmente compreenderá plenamente as negociações realizadas com os fornecedores estrangeiros, bem como às barreiras dos costumes.

Além dos fatores citados, é importante ressaltar que com a permanência do sujeito por tempo limitado país de destino, os negócios configuram-se eventuais, o que obstaculiza a reexecução quando não forem prestados ou o forem de maneira insatisfatória, a exemplo de excursões frustradas ou a ausência de conforto na hospedagem. Do mesmo modo, o consumidor

---

<sup>78</sup> ACIOLI, Carlos André Carvalho. A proteção internacional dos consumidores e os fundamentos da pós-modernidade: um estudo a partir da teoria de Erik Jayme. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 27, v. 120, p. 425-468, nov./dez. 2018.

<sup>79</sup> SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 98. ano 24. P. 135-151. São Paulo: Editora RT, jan.-mar. 2015.

<sup>80</sup> MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012. p. 233.

se encontra em um Estado com normas e sistemas de proteção distintos, o que dificulta a sua devida proteção, sobretudo em face da complexidade e custos das lides internacionais. Registre-se, inclusive, que tais conflitos apesentam como peculiaridade, em regra, o pequeno valor, tanto para a economia do País quanto para o fornecedor, o que obstaculiza o acesso à justiça, pois o consumidor, em geral, não tem condições de dispor de valores consideráveis, tendo em vista que o ressarcimento pela violação dos seus direitos será provavelmente irrisória.<sup>81</sup>

A maior autonomia adquirida pelo consumidor nas contratações, considerando-se que, em geral, se relacionam diretamente com os fornecedores estrangeiros, sem necessariamente ter a intermediação de um terceiro como as agências de turismo, se constitui outro fator que potencializa a fragilidade do consumidor, pois o sujeito se torna refém da legislação consumerista do país visitado, normalmente desconhecida, redigida em outro idioma e com base em preceitos de um ordenamento jurídico completamente distinto, o que inviabiliza a sua devida proteção.

O consumo *a priori* encontrava-se restrito à circunscrição territorial dos países, porém transpôs as barreiras geográficas, configurando-se um tema de interesse internacional, que interessa ao Direito Internacional Privado, por não se encontrar restrito aos limites do direito interno de cada Estado. Neste sentido, sabendo-se que esse tema adquiriu relevância universal, os preceitos que preservam os direitos humanos dos sujeitos no âmbito da soberania local não se constituem suficientes, tornando-se necessário um conjunto de regras que os proteja e os acompanhe na sua jornada pelo mundo, na comunidade internacional.<sup>82</sup>

Essas disposições do Direito Internacional Privado são inspiradas pelos valores sociais e, portanto, oportunizam proteção do sujeito mais vulnerável, o consumidor. Destarte, observa-se que a criação de padrões internacionais para a tutela consumerista que se somem às normas internas, sobretudo considerando-se que o Estado não se constitui mais o principal centro de poder e da proteção da pessoa humana, diante do mercado global, se evidencia fundamental.<sup>83</sup>

As convenções sobre o comércio internacional, em geral, excluía os contratos consumeristas do seu âmbito de aplicação, a exemplo da Convenção de Haia sobre a lei aplicável aos contratos de compra e venda internacional de 1986, bem como a Convenção da ONU sobre compra e venda de mercadorias de 1980, intitulada de Convenção de Viena. A primeira medida em termos de proteção normativa internacional do consumidor foi a Resolução

---

<sup>81</sup> SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 24, v. 98. p. 135-151, jan./mar. 2015.

<sup>82</sup> ARAUJO, Nadia de. **Direito Internacional Privado: teoria e prática brasileira**. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2011. p. 86.

<sup>83</sup> STRENGER, Irineu. **Direito Internacional Privado**. 3.ed. ampl. São Paulo: Editora LTr, 1996. p. 30-32.

248 da ONU, aprovada no dia 10 de abril de 1985, em virtude da realização da Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU), que a admitiu após dois anos da negociação o Conselho Econômico e Social da ONU.

Destaque-se a existência da Declaração de Manila sobre o Turismo Internacional de 1980, a Carta de Direitos do Turismo e o Código do Turista de 1985, bem como a Declaração de Haia sobre o Turismo de 1989. As adversidades causadas pela globalização e pelo comércio internacional passaram a ser debatidas nas reuniões da Conferência das Nações Unidas sobre o comércio e o desenvolvimento, organizadas em Seattle, no ano de 1999, e em Bangkok, em 2000. No ano de 1999, o Código de Ética Mundial para o Turismo foi assinado durante a Assembleia Geral da OMT, sendo *a posteriori* apoiada por uma Resolução da Assembleia Geral da ONU, aprovada em 2001.

Em 2003, a ONU e a Organização Mundial do Turismo firmaram a Resolução AGNU 58/232, acordo em que são estabelecidos vários pontos de atuação mútua para a proteção do consumidor, de modo que a OMT é reconhecida como agência especializada para tratar de assuntos vinculados ao turismo. No mesmo ano, a Organização dos Estados Americanos promulgou a Conferência Interamericana de Direito Internacional Privado<sup>84</sup> - Cidip VII, um texto legal com o objetivo de servir de parâmetro para os Estados-membros, versando sobre a defesa do consumidor.<sup>85</sup>

Em 2010, na 65ª Sessão da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas, foram editadas três resoluções, que admitiram a criação de métodos, planejamento e objetivos para o desenvolvimento do turismo internacional. Em seguida, a *International Law Association* (ILA), organização não governamental, fundada em Bruxelas, no ano de 1873, com o fito de estudar e desenvolver o direito internacional público e privado, aprovou a Resolução 04/2012, que firmou entendimento no sentido da imprescindibilidade da proteção internacional do consumidor, de modo que adotou princípios básicos para tal mister. Destarte, conforme a mencionada Resolução, constituem-se princípios norteadores da proteção consumerista: a vulnerabilidade, a proteção mais favorável ao consumidor, a justiça contratual, o crédito responsável e a participação dos grupos e de associações de consumidores.

---

<sup>84</sup> As Conferências Interamericanas de Direito Internacional Privado se constituem reuniões especializadas que debatem determinado tema pactuado previamente, com o intuito de uniformizar e harmonizar o entendimento do direito internacional privado. Após a realização da Conferência, são elaboradas as Convenções Interamericanas de Direito Internacional Privado, em conformidade com o debatido na Conferência. Destarte, a sigla CIDIP representa a Conferência e as Convenções que dela advieram.

<sup>85</sup> SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 21, v. 82. p. 113-175, abr./jun. 2012.



A proteção internacional desses indivíduos demanda a harmonização da legislação dos Estados, bem como dos blocos regionais para garantir uma adequada tutela dos seus interesses. A análise da defesa do turista no Mercosul exige a compreensão de como cada país integrante desse bloco trata o Direito do Consumidor, sobretudo no âmbito constitucional. Assim sendo, faz-se mister analisar de forma profícua se esse direito pode ser considerado fundamental em todos os estados-membros *A priori*, entretanto, é importante examinar o conceito de direitos humanos e direitos fundamentais, pois, a despeito de, em algumas ocasiões, serem utilizados como sinônimos, distinguem-se.

### 3.1 A PROTEÇÃO INTERNACIONAL DOS CONSUMIDORES: O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO HUMANO

Os direitos humanos relacionam-se com documentos de direito internacional e não se vinculam a determinado ordenamento jurídico, de modo que apresentam validade universal e natureza global. O Direito do Consumidor é considerado um “direito humano de nova geração”<sup>86</sup>, o que evidencia o reconhecimento jurídico de que a aquisição de bens se constitui imprescindível à subsistência dos sujeitos, assim sendo, busca-se uma aproximação entre as noções de necessidades e direitos.

É importante ressaltar que tais direitos representam a lei do mais vulnerável em face do mais forte, assegurando as garantias dos indivíduos em face do Estado ou do âmbito privado. Neste sentido, diante da situação vivenciada na sociedade de consumo, compreende-se que a proteção dos interesses dos consumidores deve ser categorizada como um direito humano, pois apresenta uma conotação de resistência, objetivando a consagração da dignidade dos sujeitos.

O fenômeno da sociedade de consumo apresenta como características o fato de que o consumidor não detém mais a sua expressão individual, justamente em virtude de vincular a sua identidade à aquisição de bens e contratação de serviços. Ademais, a mundialização dessas relações, advindas das transformações referentes à comunicação, aos transportes e ao comércio eletrônico ensejaram a supressão das fronteiras para o mercado e, portanto, erigiram o direito do consumidor à categoria de tema internacional. Destarte, considerando-se a restrição na autonomia dos sujeitos diante do contexto apresentado e a transposição das barreiras

---

<sup>86</sup> MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de direito internacional privado: Da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a Lei Aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais: Consumidor**. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 1097-1157.

geográficas, sublinha-se a importância da proteção global desses indivíduos com o intuito de consagrar os direitos humanos.<sup>87</sup>

A Declaração Universal dos Direitos do Homem, adotada em 10 de dezembro de 1948, pela aprovação de 48 Estados, determina em seu preâmbulo que os direitos humanos se constituem um objetivo universal comum a ser atingido por todas as nações. Ademais, assegura, em seu artigo 22, a proteção aos direitos econômicos, sociais e culturais, indispensáveis à dignidade e livre desenvolvimento da personalidade humana. Observa-se que, após a Segunda Guerra Mundial, a proteção da dignidade da pessoa humana se tornou uma prioridade para os Estados e também para o direito internacional.

O reconhecimento dos direitos econômicos sociais e culturais oportunizou o surgimento da proteção dos interesses dos consumidores. O Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais aprovado pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em 1966, inclusive apresentava em seu bojo a proteção do consumidor, no que concerne à sua segurança, saúde, direito de reclamar contra a abusividade dos fornecedores de bens e serviços, dentre outros aspectos, evidenciando um certo avanço na tutela internacional dos direitos dos sujeitos vulneráveis.

John Kennedy, o então Presidente dos Estados Unidos da América, maior potência capitalista após a Segunda Guerra Mundial, no dia 15 de março de 1962, direcionou uma mensagem ao Congresso dos EUA acerca da Proteção dos Direitos dos Consumidores (*Special Message to the Congresso on Protecting Consumer Interest*) em que estimulou uma reflexão mais profícua sobre o tema, afirmando que todos são considerados consumidores, compondo o maior grupo econômico da economia, que é atingido por quase todas as deliberações econômicas, no âmbito público e privado. No entanto, ressaltou que, a despeito de comporem um grupo de enorme relevância, os seus posicionamentos normalmente não são ouvidos e nem atendidos. Essa manifestação é considerada o marco inicial da proteção dos interesses e dos direitos básicos dos consumidores de forma sistêmica.<sup>88</sup>

Diante da importância do tema, assim como dos impactos sentidos socialmente em vários Estados, a Organização das Nações Unidas passou a se preocupar com a tutela dos

---

<sup>87</sup> BOURGOGNIE, Thierry. O Conceito jurídico de consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 2, p. 7-51, abr./jun. 1992.

<sup>88</sup> A proteção do consumidor é anterior ao ano de 1962. O Livro V das Ordenações Filipinas (1603-1830) determinava a pena de morte nas hipóteses de falsificação de mercadoria, alteração de peso ou medida e adulteração de ingrediente do pão. No Brasil, o primeiro documento a abordar a tutela do consumidor foi a Consolidação das Leis Penais (Decreto 22.213/1932), que previu a punição com pena de prisão e pena multa para aquele que imitar marcas de indústria ou comércio, iludindo o consumidor. Posteriormente, em 1940, o Código Penal tratou sobre o assunto nos artigos 270, 271, 272 e 276, criminalizando condutas que atentavam contra a saúde pública e também protegendo os consumidores.

interesses desses sujeitos. Inicialmente, em 1969, foi aprovada a Resolução n. 2.542, principiando a intenção de proteger os consumidores, diante da proclamação da Declaração das Nações Unidas sobre o progresso e desenvolvimento social. A Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas, no ano de 1973, em sua 29ª sessão, sediada em Genebra, reconheceu direitos básicos fundamentais e universais aos consumidores como a honra, a informação, o respeito à dignidade humana dos consumidores, a intimidade, a integridade física e a segurança.

A Assembleia Consultiva do Conselho da Europa ocorreu no dia 17 de maio de 1973, na União Europeia, e formulou a Carta de Proteção do Consumidor, com base na Resolução nº 543, em que se estipularam procedimentos básicos para a prevenção e reparação de danos causados aos consumidores. A Resolução do Conselho da Comunidade Europeia, baseando-se na mencionada Carta, dissecou os direitos dos consumidores em cinco classes: a) direito de proteção à saúde e à segurança; b) direito de proteção dos interesses econômicos; c) direito de reparação dos prejuízos; d) direito à informação e à educação; e) direito à representação.<sup>89</sup>

Em 1985, a Resolução nº 39/248 foi aprovada em sessão plenária, fundamentando-se na Declaração dos Direitos do Consumidor, ministrada pelo Presidente John Kennedy, em 15 de março de 1962, e definiu um conjunto de normas internacionais destinadas à proteção do consumidor. Esse documento estipulou uma política de proteção do consumidor destinada aos Estados filiados, considerando os interesses e demandas desses sujeitos em todos os países, sobretudo aqueles que ainda se encontram em desenvolvimento. Neste sentido, reconheceu a vulnerabilidade desses sujeitos, em termos de capacidade econômica, nível de educação e poder de negociação, bem como se assegurou a necessidade de segurança dos produtos e a importância da promoção de um desenvolvimento econômico e social, justo e equitativo.

A Organização das Nações Unidas, nos dias 09 a 11 de março de 1987, em Montevidéu promoveu as recomendações e conclusões do seminário regional latino-americano e do Caribe sobre a proteção do consumidor, com o intuito de adaptar as diretrizes da mencionada Resolução às peculiaridades regionais. Assim sendo, nesta oportunidade reafirmou-se a necessidade de proteger os direitos fundamentais dos consumidores. As Diretrizes estabelecidas pela Resolução foram revisadas pela primeira vez em 1999 e a proposta de nova revisão, coordenada pela Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), foi aprovada no dia 22 de novembro de 2015, tendo inserido temas como os serviços financeiros, o comércio eletrônico, inicialmente. Nesta oportunidade, a Organização das Nações Unidas assentou a concepção de que o direito do consumidor se constitui um direito

---

<sup>89</sup> CARVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011. p. 5-6.

humano de nova geração, de caráter social e econômico, destinado a assegurar a igualdade material do mais fraco nas relações privadas, em face dos fornecedores.<sup>90</sup>

A 7ª Conferência das Nações Unidas para a Revisão de todos os Aspectos do Conjunto Acordado Multilateralmente de Princípios Equitativos e Regras para o Controle de Práticas Comerciais Restritivas da UNCTA ocorreu em julho de 2017, momento em que o texto das Diretrizes foi aprovado e seguiu para a aprovação final da Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), abrangendo temas importantes mencionados anteriormente. Neste sentido, observa-se que a relevância e a internacionalidade dos direitos do consumidor exigem uma proteção global e efetiva de tais interesses. No entanto, além desta proteção a nível mundial, faz-se também necessário avaliar a tutela dos ordenamentos jurídicos dos países do Mercosul quanto a tais direitos.

### 3.2 A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL DOS CONSUMIDORES NOS PAÍSES INTEGRANTES DO MERCOSUL: O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL

Os direitos fundamentais são institucionalmente positivados no ordenamento jurídico de determinado Estado, de modo que gozam de uma delimitação especial e temporal e resultam da fundamentalidade formal e substancial. O aspecto formal dessas normas sucede da sua alta posição na estrutura de determinado ordenamento, vinculando todos os poderes. A concepção substancial, por outro lado, se refere à sua base axiológica que se constitui a dignidade da pessoa humana, bem como ao fato de servirem como fundamento para as deliberações acerca da organização normativa do Estado e da sociedade.<sup>91</sup>

As transformações sociais do início do século XX oportunizaram uma aproximação entre as esferas pública e privada, bem como o tratamento constitucional de matérias tradicionalmente disciplinadas por normas infraconstitucionais, de modo que várias categorias do direito privado passaram a ser regidas por disposições constantes na *Lex Fundamentalis*, originando uma espécie de “direito constitucional da pessoa”.<sup>92</sup> Nesse viés, cumpre destacar que inúmeros países inseriram a proteção ao consumidor em suas Cartas Magnas, considerando-

---

<sup>90</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 8.ed. ver., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017. p. 42.

<sup>91</sup> ALEXY, Robert. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. Tradução de Virgílio Afonso da Silva. 2.ed. São Paulo: Malheiros Editora, 2008. p. 520-522.

<sup>92</sup> HESSE, Konrad. **Derecho Constitucional y Derecho Privado**. Madrid: Editora Civitas, 1991. p. 71-72.

se que o alcance do pleno vigor por parte dos direitos humanos exige a sua garantia através das normas de direito positivo.<sup>93</sup>

Constatam-se mudanças geradas pelo surgimento de novas necessidades primordiais, sobretudo diante da transição do Estado Liberal para o Estado de Direito, assim como pelas alterações oriundas da industrialização e das suas consequências, tais como os avanços tecnológicos e científicos. O consumo pode ser incluído nesse contexto e, portanto, informa a construção do tecido social e, por isso mesmo, “os poderes constituídos no âmbito do Estado, nomeadamente na seara legislativa, edificam um direito que emerge como fundamental a esse *modus vivendi*”.<sup>94</sup>

A defesa do consumidor, portanto, se amolda primordialmente à terceira dimensão dos direitos fundamentais por se referir à proteção de uma coletividade. No entanto, também apresenta algumas semelhanças com àqueles da segunda dimensão, pois oportuniza a intervenção estatal com o intuito de proteger o consumidor. O ingresso da tutela de tais sujeitos vulneráveis nos textos constitucionais se configura um fato relativamente novo, próprio das sociedades capitalistas industrializadas, podendo-se fixar como data da sua origem o ano de 1962, justamente em decorrência da publicação da mensagem do então Presidente Kenedy, acima referida.

A Constituição espanhola de 1978 foi a primeira a abordar a proteção ao consumidor, estabelecendo no art. 51 a garantia da defesa desses sujeitos através dos procedimentos eficazes empreendidos pelos poderes públicos. Ademais, determinou que o Estado deveria assegurar o direito à informação e educação, assim como o incentivo às organizações de proteção a tais indivíduos. Fundamentando-se no texto constitucional supracitado, em 1982, a Carta portuguesa enfrentou a sua primeira revisão constitucional, em que foi inserido um dispositivo garantindo a proteção dos consumidores, bem como coibindo as publicidades ocultas, indiretas ou dolosas. No entanto, na segunda revisão, efetuada no ano de 1989, o artigo foi suprimido, restringindo-se o art. 102 a consagrar a tutela desses sujeitos como um dos objetivos da política comercial.<sup>95</sup>

A compreensão internacional acerca da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo se configurou um aspecto de relevância incomensurável para a tutela constitucional

---

<sup>93</sup> ALEXY, Robert. **Teoría del discurso y derechos humanos**. Tradução de Luis Villar Borda. Bogotá: Universidad Externadi de Colombia, 1995. p. 93.

<sup>94</sup> WEBER, Ricardo Henrique. **Defesa do Consumidor**: o direito fundamental nas relações privadas. Curitiba: Editora Juruá, 2013. p. 73.

<sup>95</sup> MIRAGEM, Bruno. A proteção ao consumidor na Constituição Brasileira de 1988. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais**: Consumidor. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 175-187.

dos direitos desses sujeitos nos ordenamentos jurídicos internos de cada país. Nesta senda, após a Resolução da ONU supracitada, inúmeros Estados incluíram a proteção aos consumidores como pauta da jurisdição interna, abrangendo o referido tema em sua *Lex Fundamentalis*, com o intento de salvaguardar os interesses desses seres em face dos particulares e do ente estatal, consagrando um efetivo direito fundamental de proteção. Neste sentido, faz-se necessário analisar a tutela constitucional do consumidor nos ordenamentos jurídicos dos países integrantes do Mercosul.

### 3.2.1 Brasil

No Brasil, observa-se que a teoria dos direitos fundamentais teve a sua consagração associada à Constituição de 1988 que originou uma nova etapa na conjuntura jurídica nacional. Neste sentido, a despeito de ainda existir certo desconcerto entre a Carta Magna e a realidade socioeconômica vivenciada, o progresso no que concerne aos direitos fundamentais é inegável, considerando-se que a *Lex Fundamentalis* objetivou a concretização dos interesses disciplinados, buscando a efetividade constitucional. Anteriormente à promulgação da Constituição, a proteção do consumidor era insuficiente e se restringia às legislações esparsas e à legislação comum civil, comercial e penal.<sup>96</sup>

A constitucionalização do direito privado garantiu a priorização da proteção da pessoa humana em detrimento da valorização patrimonialista e, do mesmo modo, oportunizou que princípios e institutos da seara cível fossem incluídos na Carta Magna, especialmente os três pilares de Carbonnier: família, propriedade e contrato.<sup>97</sup> Neste sentido, os direitos de titularidade dos sujeitos das relações jurídico-privadas sofrem uma alteração, em virtude de se tornarem subjetivos de matriz constitucional. Essa modificação apresenta efeitos concretos na proteção dos consumidores, no mínimo os estabelece como prioritários em detrimento de outros de origem infraconstitucional e no máximo, define estratégias tangíveis para a sua efetivação.

A Constituição de 1988, preocupada em garantir efetivamente a proteção à dignidade e ao bem-estar dos sujeitos, conforme os próprios objetivos fundamentais previstos no art. 3º, pode ser considerada como o marco para instituição de um direito privado mais atento às causas sociais, sobretudo aos sujeitos vulneráveis da sociedade, tendo em vista que ampliou sobremaneira o rol dos direitos fundamentais, tornando-se uma das Cartas Magnas mais

---

<sup>96</sup> MARMELSTEIN, George. **Curso de Direitos Fundamentais**. 5.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014. p. 61-64.

<sup>97</sup> CARBONNIER, Jean. **Flessibile diritto**: Per una sociologia del diritto senza rigore. Milano: Dott. A. Giuffrè, 1997. p. 195 e ss.

desenvolvidas do mundo.<sup>98</sup> A *Lex Fundamentalis* preocupou-se com os direitos individuais de primeira geração, sociais de segunda geração, assim como com os coletivos e difusos da terceira geração, classificando-se como metaindividuais.

Dessa forma, a Carta Magna não poderia deixar de abordar tema de relevância socioeconômica imensurável, como a proteção do consumidor, sob pena de não se desenvolver, pois a essência da norma se encontra na realidade vivenciada pela população, de modo que ao dissociar-se dela, perde a sua vitalidade.<sup>99</sup> Neste sentido, a Constituição Federal elevou a defesa do consumidor à posição de direito fundamental para preservá-lo, diante da sua debilidade na relação jurídica, de modo que não sofresse demasiadamente com a sua sujeição ao mercado, limitando a autonomia privada com o propósito de conferir equilíbrio social às relações de consumo.<sup>100</sup>

A consagração desse direito fundamental ocorreu no art. 5º, inciso XXXII, da Carta Magna, assegurando-se que o Estado deverá promover a defesa do consumidor, em conformidade com a lei. Institui-se, portanto, a hierarquia constitucional desse direito, assim como o princípio *in dubio pro consumidor*, de aplicabilidade imediata, de modo que a determinação constitucional não se restringiria à elaboração de uma lei especial, mas se estenderia à necessidade de interpretar toda a legislação infraconstitucional em favor do consumidor.<sup>101</sup>

Alguns importantes efeitos decorrentes desse dispositivo são a inviabilidade de revogar a Lei 8.078/90, sem a elaboração de outra norma de proteção ao consumidor semelhante, a vedação à descaracterização do CDC como diploma de tutela dos consumidores e, por fim, a proibição de restrição às normas de proteção ao consumidor do ordenamento jurídico interno, em razão da adesão a tratados e pactos internacionais. Dessa forma, em homenagem à vedação do princípio do retrocesso, o Mercosul deve respeitar as disposições do direito interno brasileiro acerca da proteção do consumidor, alçada ao *status* fundamental.

O direito do consumidor possui aplicação imediata, por força do art. 5º, §1º, da CRFB, se configura uma cláusula pétrea, conforme o art. 60, §4º, inciso IV, da CRFB e, por esta razão, não pode ser suprimida, mesmo que por intermédio da emenda constitucional. Ressalte-se que

---

<sup>98</sup> PIOVESAN, Flávia. **Direitos Humanos e o Direito Constitucional Internacional**. 15.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015. p. 93

<sup>99</sup> HESSE, Konrad. **A Força Normativa da Constituição**. Tradução de Gilmar Ferreira Mendes. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1991. p. 14-17.

<sup>100</sup> GOMES, Orlando. **Transformações Gerais do Direito das Obrigações**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1980. p. 06.

<sup>101</sup> RODRIGUES, Geisa de Assis. A proteção ao consumidor como um Direito Fundamental. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais: Consumidor**. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 189-226.

a salvaguarda especial dos interesses dos consumidores não transgride o direito à igualdade, apenas permite o equilíbrio, através da oportuniza a equalização, por meio do direito, de uma relação faticamente desproporcional, tendo em vista que havendo incompatibilidade entre as distinções de fato em uma situação e as exigências de justiça, faz-se necessário eliminá-la.<sup>102</sup>

A promoção dos direitos dos consumidores não se constitui uma faculdade, mas um dever do Estado oriundo de um mandamento constitucional, cabendo-lhe o desenvolvimento e execução de políticas públicas para a proteção dos sujeitos vulneráveis. Além de gozar do *status fundamental*, o mencionado direito tornou-se princípio da ordem econômica, conforme previsão no art. 170, inciso V, da CRFB, o que demonstra o prestígio a um capitalismo ético e solidário em detrimento dos postulados do liberalismo econômico, garantindo-se que os fornecedores cumpram o postulado da função social e respeitem os direitos dos sujeitos mais frágeis no mercado de consumo.<sup>103</sup>

Ademais, estabeleceu-se, no art. 24, inciso VIII da CRFB a competência concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal para legislar sobre responsabilidade por dano ao consumidor. *A posteriori*, no art. 150, §3º da Carta Magna, consigna-se que a lei determinará as medidas para que os consumidores sejam informados sobre os impostos que incidem sobre mercadorias e produtos. Por fim, determinou-se a elaboração de um sistema normativo que assegurasse a tutela dos direitos e interesses consumeristas, estabelecendo que a garantia constitucional fosse instrumentalizada por meio do processo legiferante, conforme o art. 48 dos Atos de Disposições Constitucionais Transitórias.

Desse modo, o constituinte concedeu um prazo de 120 (cento e vinte dias) para a elaboração desse diploma normativo. No entanto, apenas no dia 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei 8.078/90, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, um dos diplomas normativos mais avançados do mundo, que reconhece a vulnerabilidade desses sujeitos e prestigia a proteção do mais fraco, norteando-se a partir do princípio do *favor debilis*. Destaque-se que o aludido Código se distingue das leis ordinárias, pois apresenta origem constitucional.<sup>104</sup>

### 3.2.2 Argentina

---

<sup>102</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 61.

<sup>103</sup> TOMASETTI JR, Alcides. A Configuração Constitucional e o Modelo Normativo do CDC. *In*: NERY JR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais**: Responsabilidade Civil. vol. IV. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 157-162.

<sup>104</sup> LOREZENTTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. Buenos Aires: Rubinzal Culzoni, 2003. p. 15-16.



Na Argentina, o Estado se restringia ao dever de salvaguardar os interesses de ordem pública de forma geral, contentando-se em assegurar a liberdade e a igualdade formal entre os consumidores e os fornecedores, sem proporcionar as condições sociais devidas para a consagração da igualdade material.<sup>105</sup> Ocorre que, assim como nos demais países envolvidos no contexto da sociedade de consumo, compreendeu-se que diante de novos problemas, fazia-se necessário adotar soluções concretas e inovadoras.<sup>106</sup> Dessa forma, buscou-se a efetiva proteção de tais sujeitos, pois os imbrólios consumeristas adquiriram uma transcendência social e, portanto, passaram a envolver o interesse público.

A Argentina foi o primeiro país latino-americano a incluir de forma expressa a tutela dos interesses dos consumidores na *Constitución de La Provincia del Chaco* que vigorou do ano de 1957 ao ano de 1994. No artigo 19, a mencionada Constituição assegurou a proteção judicial de todos os direitos e garantias reconhecidos expressa ou implicitamente na constituição, inclusive por meio da *acción de amparo* que poderia ser promovida por toda pessoa física ou jurídica, assim como para a defesa dos interesses difusos ou coletivos que protegem o meio ambiente e também o consumidor. No artigo 45, a mencionada Constituição versa sobre a promoção produtiva, afirmando que a província criará os institutos e arbitrará os meios necessários para estabelecer a comercialização da produção em benefício dos produtores e dos consumidores.

A supracitada Carta no artigo 46 aborda a repressão de monopólios, afirmando que o Estado reprimirá a concentração ou acumulação de bens necessários de consumo em poucas mãos, que objetivam aumentar os preços de forma indevida. Afirma-se, ainda, que serão reprimidas manobras ou combinações que imponham o pagamento de valores exagerados pelos consumidores. No artigo 47, trata sobre os direitos do consumidor, assegurando-se que o Estado os garantirá e a Lei promoverá a proteção de sua saúde, de sua segurança e dos interesses econômicos, a promoção de informação adequada e verdadeira, da liberdade de escolha e das condições de trato equânime e digno.

Ademais, o dispositivo citado menciona que as autoridades proverão a proteção a esses direitos, a educação para o consumo, a defesa da competência contra toda forma de distorção dos mercados, a qualidade e eficiência dos serviços públicos e a constituição de

---

<sup>105</sup> GANDARA, Luis Fernandez De La; CARAVACA Alfonso-Luis Calvo. **Derecho Mercantil Internacional**. 2.ed. ver. Madrid: Editorial Tecnos, 1995. p. 225-226.

<sup>106</sup> GOZAÍNI, Osvaldo Alfredo. **Protección procesal del usuario y consumidor**. Santa Fé: Editora Rubinzal-Culzoni, 2005. p. 11.

associações de consumidores e usuários. Do mesmo modo, consigna que a legislação estabelecerá os procedimentos eficazes para a prevenção e solução dos conflitos, os quadros regulamentares dos serviços públicos de competência estatal e a necessidade de participação das associações de consumidores e de utilizadores, bem como dos municípios interessados nos órgãos de fiscalização.

Por fim, no artigo 119, versa-se sobre as atribuições do Poder Legislativo, conferindo à Câmara dos Deputados a competência de legislar sobre a participação dos consumidores no controle dos bens e serviços públicos e privados e na repressão dos monopólios, em conformidade com o disposto no artigo 46. Observa-se, portanto, que a mencionada Constituição dispunha de inúmeros dispositivos tratando de modo profícuo sobre a tutela e a proteção aos direitos e interesses dos consumidores.

O direito do consumidor adquiriu proeminência no sistema jurídico argentino, sendo erigido à posição de maior hierarquia, bem como a um dos princípios orientadores da política econômica e social na Constituição Nacional, após a reforma sofrida em 1994, decorrente do início da vigência da Lei 24.240 de 15 de outubro de 1993, oriunda de movimentos sociais.<sup>107</sup> A citada transformação respalda o tratamento conferido pelas novas garantias, voltadas à preservação da dignidade dos sujeitos, especialmente assegurando os direitos de defesa coletiva, do mesmo modo que permitiu que a própria Lei de Defesa do Consumidor Argentina pudesse ser modificada com a inclusão dos direitos básicos.<sup>108</sup>

A introdução da proteção dos consumidores no art. 42 do texto constitucional, na parte dedicada aos novos direitos e garantias, demonstra a tentativa do Estado de reduzir as disparidades e preservar os direitos fundamentais dos sujeitos em face à aquisição de bens e contratação de serviços, porém não se constituiu uma fácil conquista.<sup>109</sup> Instituíram-se como direitos básicos dos consumidores a proteção da saúde, da segurança e dos interesses econômicos, a informação adequada e verdadeira, a liberdade de escolha e tratamento equitativo e digno, de modo a suprir o déficit da Lei 24.240 que não adotou uma técnica legislativa semelhante.

No art. 43 assegura-se a tutela jurídica dos direitos do consumidor, prevendo-se o direito de ação. Esses direitos são indiscutivelmente considerados diretamente exigíveis, de modo que não se perfaz necessária a edição de uma norma infraconstitucional que lhes confira

---

<sup>107</sup> LAVIE, Humberto Quiroga. **Constitución de la Nación Argentina Comentada**. 4. ed. atual. Buenos Aires: Editorial Zavalúa, 2007. p. 186-187.

<sup>108</sup> RUSCONI, Dante. **Manual de derecho del consumidor**. Buenos Aires: AbeledoPerrot, 2009. p. 61.

<sup>109</sup> SODRÉ, Marcelo Gomes. **A Construção do direito do consumidor** – Um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2009. p. 268.

efetividade, podendo o juiz desde logo aplicá-los ao caso concreto. Assim sendo, a Carta Magna Argentina objetiva não apenas a declaração dos direitos dos consumidores, mas a sua real efetividade e proteção, ao determinar a aplicação imediata de tais direitos.<sup>110</sup>

Ademais, o legislador assegurou a devida educação para o consumo, a qualidade e eficiência dos serviços, bem como garantiu a defesa da concorrência de eventuais distorções e o controle dos monopólios e consignou a possibilidade de criação de associações de consumidores. Em seguida, estabeleceu a participação de tais associações nas agências de controle e estipulou a criação pela legislação de procedimentos eficazes para a prevenção e resolução de litígios e os quadros regulamentares dos serviços públicos de competência nacional.

Consolida-se, por conseguinte, no ordenamento jurídico constitucional argentino a temática do consumo em uma perspectiva social, constituindo-se como incumbência do Estado a defesa do consumidor, assegurando-lhe uma proteção normativa. Inclusive, é possível compreender a incorporação do artigo 42 como uma comprovação da transição do Estado Liberal para o Estado Social, que se propõe a proteger a parte mais vulnerável na relação de consumo, a partir da intervenção estatal.

A inclusão desses direitos na Constituição permite uma maior confiança na sua respectiva durabilidade e respeitabilidade no ordenamento jurídico nacional argentino e consagra uma evolução que avança na proteção dos direitos sociais, transcendendo a ideia individualista que norteava o sistema jurídico precedente. Assim, a proteção do consumidor passa a ser perseguida com o intuito de promover a verdadeira equidade do mercado de consumo justo.<sup>111</sup> O Direito do Consumidor, portanto, além de protegido pela Constituição Nacional no artigo 42, também consta no elenco de interesses tutelados pelos tratados internacionais de direitos humanos, tornando possível uma interação entre as normas oriundas da fonte nacional e internacional, o que oportuniza uma proteção ainda maior dos sujeitos, sobretudo dos consumidores turistas.

Comparando-se o direito argentino com o brasileiro, observa-se certa semelhança, diante da disposição específica constitucional sobre os direitos dos consumidores. No entanto, verifica-se que a Constituição Argentina disciplina de forma mais detalhada essa proteção, mencionado no seu bojo os direitos básicos dos consumidores, assim como estipulando

---

<sup>110</sup> SAHIÁN, José Humberto. **Dimensión constitucional de la tutela a los consumidores**: Diálogo con los derechos humanos. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Ley, 2017. p. 229.

<sup>111</sup> SARMENTO GARCÍA, Jorge H. et al. **La reforma constitucional interpretada**. Buenos Aires: Editora Depalma, 1995. p. 133-134.

referenciais para a atuação das autoridades do poder público e das associações dos consumidores e usuários. A Constituição Brasileira, por outro lado, é mais direta ao mencionar apenas que cabe ao Estado a proteção do consumidor, na forma da lei.

### 3.2.3 Paraguai, Uruguai e Venezuela

A Constituição da República do Paraguai de 1992 insere a proteção constitucional do consumidor como direito difuso, conforme o artigo 38, porém não apresenta uma descrição detalhada de tais direitos. A mencionada Carta confere o direito à promoção da qualidade de vida no artigo 6º, bem como, ao tratar sobre os meios de comunicação de massa, no artigo 27 prevê que a lei regulará a publicidade e os efeitos de melhor proteção dos direitos do consumidor, especialmente no que tange às crianças, jovens, analfabetos e mulheres.

Ademais, consigna, no artigo 28, o direito a receber informações verdadeiras, responsáveis e equânime e, no art. 72, determina ser obrigação do Estado garantir o controle de qualidade dos alimentos, produtos químicos, farmacêuticos e biológicos. Por fim, assegura, no artigo 107, a liberdade de mercados, coibindo os monopólios, com o intuito de oportunizar o acesso dos indivíduos indistintamente à propriedade privada em conformidade com a função socioeconômica. Comparando-se a Carta Paraguaia com a Constituição Brasileira, verifica-se que a primeira apresenta uma disciplina constitucional mais pormenorizada, abordando temas diversos tais como a publicidade, o direito à informação e o direito à saúde.<sup>112</sup>

A Constituição do Uruguai, editada em 1967 e reformada em 2004, assegura o direito à propriedade e às liberdades econômicas nos artigos 32, 36 e 50 e, por conseguinte, caracteriza-se por garantir um sistema econômico de mercado que se fundamenta na economia liberal. Assim como consigna a igualdade formal, de todos perante a lei, sem reconhecer outra distinção entre os indivíduos além dos talentos e das virtudes, de modo que deixa de preservar a igualdade material ou substancial, bem como os valores da justiça social ou da solidariedade.<sup>113</sup>

A mencionada Carta não prevê expressamente a necessidade de tutelar os interesses ou direitos dos consumidores, deixando essa proteção a critério dos legisladores, tendo em vista que inexistente dever programático constitucional que estabeleça ao Estado a obrigação de zelar pelos interesses consumeristas. Assim como, não veda expressamente a formação de

---

<sup>112</sup> CÁPRIO, Marcos. A Proteção do Consumidor nas Constituições dos países do Mercosul e associados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 10, v. 74, p. 43-69, abr./jun. 2010.

<sup>113</sup> *Ibidem*, *idem*.

monopólios. Desse modo, em confronto com a Constituição Brasileira demonstra precariedade quanto à proteção dos consumidores, ao menos no plano constitucional.

A Constituição da República Bolivariana da Venezuela, promulgada em 1999, intenta proteger o consumidor, figura mais frágil da relação de consumo, objetivando-se alcançar a igualdade e a justiça material. No artigo 113, constata-se o mandamento genérico de proteção estatal do consumidor e coíbe-se a existência de monopólios. No artigo 117 assegura aos indivíduos o direito de gozar de bens e serviços de qualidade, bem como de informações adequadas e não enganosas sobre o conteúdo e as características dos produtos e serviços que consomem, assim como garante a liberdade de escolha e o trato equitativo e digno. Garante, no art. 281, item 6, a proteção judicial do consumidor.

Determina-se, também, que a lei estabelecerá os mecanismos necessários para garantir tais direitos, assim como as normas de controle de quantidade e qualidade de bens e serviços, os procedimentos de defesa do público consumidor e o ressarcimento de danos ocasionados e as sanções correspondentes pela violação desses direitos. A mencionada Carta prevê o direito do consumidor como econômico, porém o erige à posição de garantia fundamental. No entanto, é importante mencionar que tal país se encontra suspenso do Mercado Comum do Sul, desde dezembro de 2016, por descumprimento de seu Protocolo de Adesão e, desde agosto de 2017, por violação da Cláusula Democrática do Bloco, conforme o segundo parágrafo do art. 5º do Protocolo de Ushuaia.<sup>114</sup>

### 3.2.4 Países associados

A investigação da tutela constitucional do consumidor no Mercosul exige uma breve análise dos ordenamentos jurídicos dos países associados a esse bloco econômico, quais sejam: o Chile, a Colômbia, o Equador, a Guiana, o Peru e o Suriname. A Bolívia encontra-se em processo de adesão desde o ano de 2015, considerando-se que o protocolo já foi assinado pela totalidade dos Estados Parte e agora se encontra em vias de incorporação pelos congressos dos países integrantes do bloco regional.

A Bolívia enfrentou um processo de grandes mudanças, o que incluiu a constitucionalização dos direitos dos consumidores e usuários. A *Constitución Política del Estado* da Bolívia nasceu em 07 de fevereiro de 2008, documento legitimado pela população através do referendo no dia 25 de janeiro de 2009. Esta Carta apresenta no capítulo quinto,

---

<sup>114</sup> Disponível em: <http://www.mercosul.gov.br/saiba-mais-sobre-o-mercosul>. Acesso em 29 maio 2019.

intitulado Direitos Sociais e Econômicos, a seção destinada a tratar dos direitos dos usuários e dos consumidores, previstos no art. 75, quais sejam: o direito ao fornecimento de alimentos, drogas e produtos em geral, em condições de qualidade, quantidade disponível, adequada e suficiente e o direito à informação confiável sobre as características e conteúdo dos produtos que consomem e serviços que utilizam.

Ademais, no art. 76 fica garantido que o Estado deve assegurar o acesso a um sistema de transporte eficiente, eficaz e abrangente nas diversas modalidades, gerando benefícios para os usuários e fornecedores. No art. 302, resta consignado que a instituição de políticas que garantam a defesa dos consumidores e dos usuários é competência exclusiva do governo municipal, autônomo em sua jurisdição. Faz-se necessário ressaltar que o art. 320, V, prevê a adoção de políticas públicas que favoreçam o consumo interno de produtos produzidos na Bolívia. Assim como são vedados os monopólios e oligopólios no art. 314.

Desse modo, observa-se que a Constituição da Bolívia apresenta uma disciplina mais detalhada do que a brasileira no que concerne aos direitos básicos do consumidor, porém não alça esse direito à categoria de fundamental, considerando-o mais um direito econômico, conforme a sua localização na Carta.

A *Constitución Política de Colombia* de 1991, atualizada com os atos legislativos de 2016, versa a proteção do consumidor no art. 78, situado no terceiro capítulo do Título II, que trata sobre os direitos coletivos e do meio-ambiente. Nesse dispositivo, determina que a lei regulará o controle de qualidade dos bens e serviços oferecidos e prestados à comunidade, assim como as informações a serem prestadas ao público em sua comercialização.

Do mesmo modo, assegura que os fornecedores serão responsáveis pela produção e comercialização de bens e serviços que prejudiquem a saúde, a segurança o fornecimento adequado aos consumidores e usuários. Por fim, determina que o Estado deverá garantir a participação das organizações de consumidores nos assuntos que lhes digam respeito. A análise do texto constitucional colombiano evidencia que, diferentemente do Brasil, a proteção do consumidor naquele país não se configura um direito fundamental, pois estes encontram-se previstos no capítulo I do citado Título.

A *Constitución Política del Peru de 1993*, reformada em 2005, versa sobre a proteção ao consumidor no art. 65, situada no Título III, intitulado “Do Regime Econômico” e no Capítulo I, denominado “Princípios Gerais”. Desse modo, assegura que o Estado defenda o interesse dos consumidores e usuários e, para tal efeito, garante o direito à informação sobre os bens e serviços que se encontra à disposição no mercado, assim como vela pela saúde e

segurança da população. A mencionada Carta não considera o direito do consumidor como fundamental, mas como um princípio geral do Regime Econômico.

A *Constitución del Ecuador* de 2008, versa sobre as pessoas usuárias e consumidoras na seção nona. No art. 52, determina-se que as pessoas têm direito a usufruir de produtos e serviços de ótima qualidade, podendo escolhê-los com liberdade e a partir de uma informação precisa e não enganosa sobre o seu conteúdo e características. Desse modo, a lei estabelecerá os instrumentos de controle de qualidade dos bens e os procedimentos de defesa dos consumidores, assim como as sanções pela transgressão a esses direitos, a reparação indenizatória pelas deficiências, danos ou má qualidade de bens e pela interrupção da prestação dos serviços públicos, na hipótese de não ter sido ocasionada por caso fortuito ou força maior.

Em seguida, no art. 53 resta consignado que as empresas, instituições ou órgãos que prestem serviços públicos deverão incorporar sistemas de medição da satisfação dos usuários e consumidores e implementar sistemas de cuidados e reparos. Neste sentido, o Estado deverá responder civilmente pelos danos e prejuízos causados às pessoas por negligência e descuido no que tange à prestação de serviços público que são responsáveis, e pela carência de serviços pagos. No art. 54, estabelece-se que as pessoas ou entidades que prestem serviços públicos ou que produzam ou comercializem bens de consumo serão responsáveis civil e penalmente pela deficiente prestação do serviço, pela qualidade defeituosa do produto ou quando as condições dos bens não se encontrem em conformidade com a publicidade ou a sua descrição.

O art. 55 prevê a possibilidade de constituição de associações pelos usuários e consumidores, com o intuito de promover a educação e informação sobre os seus direitos, assim como de representá-los e defendê-los em face das autoridades judiciais ou administrativas. Importante ressaltar o art. 278, item 2, que menciona o dever das pessoas e das coletividades de produzir e consumir bens e serviços com responsabilidade social e ambiental, assim como o art. 284 que insere como objetivo da política econômica o impulsionamento de um consumo social e ambientalmente responsável.

Destarte, observa-se que a Constituição Equatoriana, dentre as Cartas dos Estados Associados, é a mais completa no que tange à proteção do consumidor. A Constituição do Chile de 1980, reformada em 2005, assim como a Constituição da Guiana de 1980 e a do Suriname de 1987, não apresentam qualquer dispositivo que verse sobre a proteção ao consumidor. Após a análise da tutela constitucional dos consumidores nos países integrantes e associados ao

Mercosul, torna-se necessário o exame das legislações infraconstitucionais sobre o assunto, o que será realizado o capítulo seguinte.<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> CÁPPIO, Marcos. A Proteção do Consumidor nas Constituições dos países do Mercosul e associados. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 10, v. 74, p. 43-69, abr./jun. 2010.



## 4 A PROTEÇÃO LEGAL DO CONSUMIDOR TURISTA NOS PAÍSES INTEGRANTES E ASSOCIADOS AO MERCOSUL

A instituição de uma rede de integração efetiva entre os países do Mercosul exige uma análise do ordenamento jurídico interno de cada Estado membro e dos países associados, justamente com o intuito de examinar as semelhanças e diferenças entre as legislações, no que tange aos principais aspectos da relação de consumo, tais como as partes que a compõem, as obrigações e deveres dos consumidores e fornecedores e a responsabilidade civil. Nesta senda, objetiva-se verificar a possibilidade de estabelecer uma coordenação harmônica entre as citadas leis, para favorecer as relações comerciais e garantir uma proteção equivalente aos consumidores no Mercosul, consagrando a efetiva integração entre os países.

### 4.1 BRASIL

No Brasil, de acordo com o art. 5º, inciso XXXII, o art. 170, inciso V e o art. 48 das Disposições Transitórias da Constituição Federal, as relações de consumo são regidas pela Lei 8.078/90, estruturada em seis títulos, que estabelece normas de ordem pública e de interesse social sobre a proteção e defesa dos consumidores. Esse diploma normativo contempla quatro distintos conceitos de consumidor: o padrão ou *standard*, definido no art. 2º, *caput*; a coletividade de pessoas, prevista no art. 2º, parágrafo único; as vítimas de acidente de consumo, no art. 17; todos aqueles expostos às práticas comerciais, no art. 29.

O conceito de consumidor padrão ou *standard* se encontra previsto no art. 2º, *caput*, do CDC, abrangendo toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. No que tange à definição de destinatário final, observa-se que deve ser visto sob o aspecto fático e econômico, haja vista que o sujeito deve retirar o produto ou serviço do mercado de consumo, usufruindo definitivamente da sua utilidade, assim como não deve voltar a reempregá-lo. O ordenamento jurídico brasileiro é o único no Mercosul que prevê o consumidor como sujeito reconhecidamente vulnerável, conforme o art. 4º, inciso I, do CDC.

Neste sentido, dois elementos se tornam cruciais para a conceituação do consumidor, quais sejam a incidência do princípio da vulnerabilidade e a destinação econômica não profissional do produto ou serviço. No entanto, admite-se, excepcionalmente, conforme a teoria finalista mitigada, que agentes econômicos de pequeno porte, ou seja, que não são destinatários finais fáticos e econômicos, desde que comprovem a sua vulnerabilidade, possam ser considerados consumidores em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor. Essa interpretação considera dois aspectos importantes, quais sejam a excepcionalidade da extensão

do conceito de consumidor, assim como que o reconhecimento da vulnerabilidade é fundamental para essa ampliação conceitual.<sup>116</sup>

A Lei 8.078/90 considera como consumidor equiparado o indivíduo exposto às circunstâncias previstas no Código, como integrante de uma coletividade de pessoas (art. 2º, parágrafo único), como vítima de um acidente de consumo (artigo 17), ou como destinatário das práticas comerciais, e de formação e execução do contrato (artigo 29). Desse modo, o intento é de justamente proteger os indivíduos afetados pelas circunstâncias do mercado de consumo, mesmo sem terem adquirido ou utilizado diretamente um produto ou serviço. Neste sentido, observa-se que a legislação brasileira é a única, dentre as demais referentes aos países integrantes Mercosul, a prever a figura do consumidor *bystander*, fornecendo uma maior proteção aos sujeitos.

O fornecedor é aquele que oferece os produtos e serviços no mercado de consumo, seja pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, assim como os entes despersonalizados que atuam na produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação distribuição ou comercialização de bens, conforme o art. 3º do CDC. O ordenamento jurídico brasileiro adotou um conceito amplo de fornecedor, abrangendo todos os membros da cadeia de fornecimento, independentemente da sua natureza, regime jurídico ou nacionalidade.

A Lei 8.078/90 reconhece direitos subjetivos aos consumidores e, dentre estes, se encontram aqueles previstos no art. 6º do CDC, sendo caracterizados como indisponíveis, considerando-se que compõem a ordem pública, porém não excluem outros previstos em legislações especiais ou gerais, conforme a teoria do diálogo das fontes, que configura “uma tentativa de expressar a necessidade de uma aplicação coerente das leis de direito privado, coexistentes no sistema”.<sup>117</sup> São direitos básicos: o direito à vida, à saúde e à segurança, à educação, à informação, à proteção contra práticas e cláusulas abusivas, ao equilíbrio contratual, à manutenção do contrato, à prevenção e efetiva reparação de danos, ao acesso à justiça, à facilitação da defesa dos seus direitos e à inversão do ônus da prova, à prestação adequada e eficaz de serviços públicos.

---

<sup>116</sup> MIRAGEM, Bruno. Aplicação do CDC na Proteção Contratual do Consumidor – Empresário: Concreção de vulnerabilidade como critério para equiparação legal (STJ – RESp 476.428-SC; Rel. Min. Fátima Nancy Andrighi, j. 19.04.2005m DJU 09.05.2005). **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 07, v. 62, p. 259-267, abr./jun. 2007.

<sup>117</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 8.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017. p. 145.

A oferta é disciplinada pelo Código de Defesa do Consumidor do art. 30 ao 35. Neste sentido, destaca-se a sua eficácia vinculante no artigo 30, de modo que toda informação suficientemente precisa veiculada integra o contrato celebrado. Identificam-se, portanto, dois importantes deveres jurídicos do fornecedor: o dever de contratar e o de firmar o pacto nos termos da oferta, evitando o afastamento entre o que o anunciado e o efetivamente acordado. A possibilidade da revogação da oferta não gera um consenso doutrinário, porém, conforme o entendimento de parte dos autores, esta prática é possível, devendo ocorrer do mesmo modo pelo qual foi veiculada a oferta.<sup>118</sup>

No artigo 31, exige-se que a oferta assegure informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre os dados essenciais dos bens e sobre os riscos que oferecem à saúde e segurança dos consumidores. No artigo 34, determina-se a responsabilidade solidária do fornecedor do produto ou serviço, dos seus prepostos ou representantes autônomos. E, por fim, no artigo 35, dispõe sobre a recusa ao cumprimento da oferta e as opções do consumidor nessa hipótese, quais sejam: a) exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade; b) aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente; c) rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

A publicidade é regida pelo Código de Defesa do Consumidor nos artigos 35 a 38, sendo conceituada como aquela promovida para estimular e influenciar os consumidores a adquirirem determinados produtos e serviços. Trata-se, portanto, da “arte de criar, no público, a necessidade de consumir”.<sup>119</sup> Constituem-se princípios da atividade publicitária a identificação, a veracidade e a vinculação. O princípio da identificação apresenta grande importância, encontrando-se previsto no art. 36, *caput*, do CDC, pois consigna que a publicidade deve ser veiculada permitindo que o consumidor a identifique de forma fácil e imediata. Esse preceito origina-se na boa-fé objetiva, e no dever de lealdade e transparência entre as partes.

O princípio da veracidade, constante no art. 36, parágrafo único, do CDC estipula o dever de veicular mensagens publicitárias compostas por informações corretas e verdadeiras. Neste sentido, determina-se que o fornecedor mantenha, em seu poder, os dados que fundamentam a sua mensagem para informar os consumidores. O princípio da vinculação

---

<sup>118</sup> ROCHA, Sílvio Luís Ferreira da. **A oferta no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Lemos Editora, 1997. p. 102-103.

<sup>119</sup> JACOBINA, Paulo Vasconcelos. **A publicidade no direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1996. p. 15.

mencionado acima encontra-se previsto no art. 30 do CDC, consignando que a oferta publicitária vincula o fornecedor ao seu cumprimento nos termos do anúncio.

O ordenamento jurídico brasileiro considera a publicidade enganosa e abusiva como ilícitas, vedando-as no art. 37, caput, do CDC e definindo-as nos §§1º e 2º respectivamente. A publicidade enganosa viola o dever de clareza e veracidade, ao veicular informações inteira ou parcialmente falsa, mesmo por omissão, induzindo-o o consumidor a erro acerca dos dados essenciais dos produtos e serviços. A publicidade abusiva, por outro lado, é aquela que viola valores jurídicos relevantes socialmente ou explora os consumidores hipervulneráveis, como as crianças e os idosos. Por fim, no art. 38, observa-se uma hipótese de inversão do ônus da prova *ope legis*, em favor do consumidor, de modo que o ônus da prova da veracidade e correção da informação publicitária é atribuído aquele que a patrocina.

No que concerne à garantia legal de adequação do produto ou serviço, observa-se que esta independe de termo expreso, sendo vedada a exoneração contratual do fornecedor, conforme o artigo 24 do Código de Defesa do Consumidor. Quanto à garantia contratual, a Lei 8.078/90 determina que deve ser complementar à legal, sendo conferida através de termo escrito, de acordo com o artigo 50. Faz mister ressaltar que se adere à corrente doutrinária que compreende que o prazo da garantia legal e contratual devem ser somados.<sup>120</sup>

A Lei 8.078/90 garante o direito ao arrependimento do consumidor no art. 49 do CDC, de modo que o consumidor pode desistir do contrato celebrado fora do estabelecimento comercial, principalmente por meio do telefone ou à domicílio, no prazo de 07 (sete) dias, contabilizados da sua assinatura ou do recebimento do produto ou serviço. É importante destacar que existe uma divergência jurisprudencial sobre o prazo acima mencionado, de modo

---

<sup>120</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6.ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 678-680.

que existem julgados que admitem 07 (sete) dias úteis<sup>121</sup> e outros que adotam 07 (sete) dias corridos.<sup>122</sup>

O objetivo principal desse dispositivo é proteger o consumidor diante da pressão exercida pelos fornecedores para a celebração contratual, pois no contexto de contratação à domicílio o sujeito apresenta maior dificuldade de refletir sobre o negócio. No que concerne ao comércio eletrônico, esse direito é detalhado no art. 5º do Decreto n.º 7.962/2013, e o seu fundamento consiste na falta de contato do consumidor com o produto, que pode, ao recebê-lo, ter as suas expectativas frustradas.<sup>123</sup> Importante ressaltar que esse direito não se estende às aquisições e contratações realizadas no estabelecimento comercial.

As práticas abusivas encontram-se previstas no rol exemplificativo do art. 39 do CDC e são consideradas ilícitas pelo ordenamento jurídico brasileiro, quais sejam: o condicionamento do fornecimento de bens de consumo a outro produto ou serviço ou, sem justa causa, a limites quantitativos; a recusa ao atendimento das demandas dos consumidores, conforme a disponibilidade de estoque e de acordo com os usos e costumes; o envio não

---

<sup>121</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal (2. Turma Recursal Cível). *Apelação Cível do Juizado Especial 20151010013067/DF*. JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. PROCESSUAL CIVIL. RECURSO INOMINADO. TEMPESTIVIDADE. DIREITO DO CONSUMIDOR. VENDA DOMICILIAR. NATUREZA DO PRODUTO. FOTOGRAFIA. DIREITO DE ARREPENDIMENTO OU REFLEXÃO DENTRO DO PRAZO LEGAL (CDC). RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO. 1. O direito de arrependimento, previsto no art. 49 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, não está condicionado à natureza do produto ou serviço oferecido. O fato de o produto ser personalizado não retira do autor, o direito ao arrependimento. 2. O fornecedor que opta por estratégia de venda a domicílio está sujeito aos riscos do negócio, ainda que a desistência por parte do consumidor torne o produto imprestável para nova negociação, como no caso de álbum de fotografias. 3. Pela leitura dos autos, pode-se perceber que a consumidora optou pela desistência do produto dentro do prazo decadencial de **07 (sete) dias úteis**. A autora tomou as atitudes cabíveis, para usufruir direito que a norma consumerista lhe garante. Não há que se falar em ilegalidade na sua conduta (...). Recorrente: SUN COLOR CINE FOTO SOME EVENTOS LTDA EPP. Recorrido: Laiane Araújo Braga da Silva. Relator: Oriana Piske, 06 de outubro de 2015. Disponível em: <https://cache-internet.tjdft.jus.br/cgi-bin/tjcgil?NXTPGM=plhtml02&ORIGEM=INTER&SELECAO=1&CHAVE=20151010013067>. Acesso em: 28 ago. 2019.

<sup>122</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul (4. Turma Recursal Cível). *Recurso Cível 71008441107/RS*. RECURSO INOMINADO. AÇÃO COMINATÓRIA DE OBRIGAÇÃO DE FAZER C/C RESTITUIÇÃO DE VALOR PAGO. AQUISIÇÃO DE DOIS MONITORES DE COMPUTADOR, PELA INTERNET. PEDIDO DE DEVOLUÇÃO DE UM DOS PRODUTOS. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC. COMO O RECEBIMENTO FOI EM 18.12.17, O FIM DO PRAZO DE SETE DIAS SERIA NO DOMINGO, 24.12.17. CONTUDO, O PRAZO, **APESAR DE SER CONTADO EM DIAS CORRIDOS**, DEVE SER PRORROGADO PARA O PRÓXIMO DIA ÚTIL, PORQUE A RÉ NÃO COMPROVOU, NO DIA DE TÉRMINO DO PRAZO, QUE OS MEIOS QUE POSSIBILITARIAM O CONTATO DO AUTOR COM A RÉ ESTAVAM FUNCIONANDO. Recorrente: Marcelo Pereira Primo. Recorrido: Dell Computadores do Brasil LTDA. Relator: Luis Antonio Behrendorf Gomes da Silva, 24 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.tjrs.jus.br/site/busca-solr/index.html?aba=jurisprudencia>. Acesso em: 28 ago. 2019.

<sup>123</sup> No que tange à desistência do serviço de transporte aéreo, a Resolução n. 400 da ANAC determina a sua possibilidade, desde que a solicitação seja efetuada no prazo de 24 (vinte e quatro) horas após o recebimento do comprovante de passagem e, quando a aquisição for realizada com antecedência igual ou superior a sete dias da data de embarque. Nesta hipótese, deve haver a restituição integral do valor pago. Disponível em: [http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@@display-file/anexo\\_norma/CEF%20Resolucao%20n%20400,%20de%202016.pdf](http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@@display-file/anexo_norma/CEF%20Resolucao%20n%20400,%20de%202016.pdf). Acesso em: 28 ago. 2019.

solicitado de qualquer produto ou serviço; o aproveitar-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, em razão das suas circunstâncias pessoais, para impelir os sujeitos a adquirirem produtos ou contratarem serviços; a exigência de vantagem manifestamente excessiva.

Ademais, também se encontram elencados nesse dispositivo como práticas abusivas: a execução de serviços sem a prévia elaboração do orçamento ou sem a autorização expressa do consumidor; o repasse de informação depreciativa sobre o consumidor, quando se trata do exercício de seus direitos; inserção de bens de consumo em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes; a recusa de comercialização de produtos ou prestação de serviços aos consumidores que se disponham a adquiri-los ou contratados, mediante pronto pagamento; a elevação sem justa causa do preço de produtos ou serviços; a aplicação de fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou do estabelecido no instrumento contratual; a permissão do ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores do que o estabelecido pela autoridade administrativa.

As cláusulas abusivas constam no rol exemplificativo do art. 51 do Código de Defesa do Consumidor e são consideradas nulas de pleno direito aquelas que impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios ou impliquem em renúncia ou disposição de direitos; que retirem do consumidor a opção de reembolso de quantia paga; que transfiram responsabilidades a terceiros; que estipulem obrigações iníquas, abusivas ou situem o consumidor em posição de desvantagem exagerada, sejam conflitantes com a boa-fé ou e equidade; que determinem a inversão do ônus da prova contra o consumidor; que determinem o manejo compulsório da arbitragem.

Além das citadas, também são consideradas abusivas as disposições que indiquem representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor; deixem ao fornecedor a opção de conclusão ou não do contrato, apesar de obrigar o consumidor; autorizem a alteração de preço, a modificação e o cancelamento unilateral do contrato; transgridam normas ambientais; estejam em dissenso com o sistema de proteção ao consumidor; oportunizem a renúncia ao direito de indenização por benfeitorias necessárias.

A disciplina acerca da responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor ocorre do art. 12 ao art. 27 do CDC. Observa-se que o ordenamento jurídico brasileiro afasta a classificação tradicional de responsabilidade contratual e extracontratual, utilizando-se de uma nova denominação, da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, assim como da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço, com base no interesse jurídico protegido pelo ordenamento jurídico.

Em ambos os casos, a responsabilidade é objetiva e solidária, sendo que a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço dirige-se aos acidentes de consumo, ou seja, a situações de prejudiquem a integridade físico-psíquica do consumidor, enquanto a responsabilidade pelo vício do produto ou serviço se refere a proteção da incolumidade econômica desse sujeito. Importante ressaltar que, na hipótese do fato do produto ou serviço, quem deve ser responsabilizado inicialmente é o fornecedor mediato e somente em caráter excepcional o comerciante – fornecedor imediato – será responsabilizado.

No que concerne às sanções, observa-se que o Código de Defesa do Consumidor prevê sanções administrativas, cíveis e penais. As sanções administrativas encontram-se previstas, no Capítulo VII, nos artigos 55 a 60, quais sejam: multa; apreensão do produto; inutilização do produto; cassação do registro do produto junto ao órgão competente; proibição de fabricação do produto; suspensão de fornecimento de produtos ou serviços; suspensão temporária de atividade; revogação de concessão ou permissão de uso; cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade; intervenção administrativa e imposição de contrapropaganda. As sanções penais constam no mesmo capítulo, nos artigos 61 a 80.

Ressalte-se que o diploma normativo brasileiro também versa sobre a Defesa do Consumidor em Juízo nos artigos 81 a 89, oportunizando o exercício individual ou coletivo da defesa dos interesses e direitos dos consumidores. A tutela coletiva ocorrerá sempre que estiverem envolvidos interesses ou direitos difusos, coletivos ou individuais homogêneos, definidos no art. 81 do CDC e poderá ser exercida pelos legitimados previstos no art. 82. Em seguida, nos artigos 103 e 104, aborda-se a coisa julgada nas ações coletivas e nos artigos 105 e 106, versa-se sobre o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

No Brasil, observa-se que a Lei 8.078/90 abarca o consumidor turista dentro do seu âmbito de proteção, assim como que a Lei Geral de Turismo (Lei 11.771/2008) também é responsável por protegê-lo, disciplinando a prestação dos serviços turísticos. Destaque-se que o Capítulo V deste diploma normativo, que versa sobre a prestação desses serviços (artigos 21 a 43), apresenta grande relevância para os sujeitos. Ademais, a Lei 12.974/14 versa sobre as atividades das agências de turismo, com o intuito de disciplinar as suas responsabilidade e deveres, enquanto ente da cadeia de fornecedores de serviços de turismo.<sup>124</sup>

---

<sup>124</sup> PASQUALOTTO, Adalberto. Causa e Responsabilidade nos Contratos de Turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 08, v. 67, p. 9-33, jul./set. 1998.

## 4.2 ARGENTINA

*Ab initio*, na Argentina, existiam leis relacionadas ao direito do consumidor, porém não eram específicas sobre a matéria. Nesta senda, destacam-se: a Lei n.º 19.724, que regulava a compra e venda de bens imóveis submetidos à propriedade horizontal e, portanto, estipulava as cláusulas permitidas em tais instrumentos contratuais; a Lei n.º 20.091 de 1973, que disciplinava o controle dos contratos de adesão no ramo de seguros; o Decreto n.º 142.277 de 1943, que atribuía o controle administrativo prévio acerca da clareza e da equidade no ramo dos consórcios. A reforma do Código Civil argentino, promovida em 1968, passou a restringir a liberdade e igualdade absoluta de contratar, ao reconhecer, no art. 954, a existência de situações em que a limitação de uma das partes, em face do poder da outra, poderia conduzir a um enriquecimento sem causa.

Neste sentido, é importante destacar que, na Argentina, o direito do consumidor evoluiu em três diferentes fases. Na primeira fase, não se vislumbra uma proteção do consumidor no direito positivo, apesar de a concepção de que o consumidor é um sujeito vulnerável e que precisava ter os seus interesses tutelados começar a se desenvolver. A segunda fase teve origem com a reforma do Código Civil, acima descrita, em que foram inseridas normas para a justiça contratual e sobre o regime de responsabilidade objetiva, assim como emergiram a Lei de Defesa da Lealdade Comercial, a Lei de Defesa da Concorrência e a Lei do Abastecimento. Por fim, na terceira fase, foi sancionada a Lei de Defesa do Consumidor, composta por dispositivos que intentam proteger esses sujeitos vulneráveis.<sup>125</sup>

A Lei Argentina n.º 24.240, aprovada em 22 de setembro de 1993, e alterada pelas Leis n.º 24.568/95, n.º 24.787/97 e n.º 24.999/98, se inspirou na Lei n.º 8.078/90 brasileira e na lei espanhola, e apresenta 66 artigos, porém não constitui um Código. A citada lei, conforme o art. 65, assim como a brasileira, é de ordem pública, de modo que derroga as convenções particulares, os princípios subsidiários do Código Civil e as demais leis anteriormente promulgadas. No entanto, é importante ressaltar que não há menção sobre o interesse social da legislação, como ocorre na Lei 8.078/90 do Brasil. As funções da ordem pública se referem à garantia do consentimento pleno do consumidor; à proteção da parte vulnerável; à coordenação, buscando-se a adequação aos valores essenciais do ordenamento jurídico; à gestão da perspectiva jurídico-econômica do Estado.<sup>126</sup>

---

<sup>125</sup> BATISTI, Leonir. **Direito do Consumidor para o Mercosul**. Curitiba: Editora Juruá, 1998. p. 305-306.

<sup>126</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. Buenos Aires: Rubinzal Culzoni Editores, 2003. p. 25.



Dessa forma, antes da promulgação da mencionada legislação especial, o consumidor era protegido pelas normas do Código Civil e Comercial, assim como por diplomas normativos que versavam acerca da lealdade comercial, da concorrência e do abastecimento e, portanto, abordavam apenas de forma subsidiária a tutela dos interesses dos consumidores. Em 1994, incluiu-se na Constituição Argentina uma previsão expressa acerca dos direitos do consumidor, nos artigos 42 e 43, no sentido de consolidar um sistema específico de proteção jurídica a esses sujeitos.

No que concerne à definição das partes da relação de consumo na legislação argentina, observa-se que o consumidor ou usuário é conceituado no art. 1º como todas as pessoas físicas ou jurídicas que contratam, a título oneroso, para o seu consumo final ou benefício próprio ou do seu grupo familiar ou social, de modo que aqueles que adquiram, armazenem, utilizem ou consumam bens ou serviços para integrá-los em processos de produção, transformação, comercialização ou prestação a terceiros se encontram excepcionados dessa concepção, conforme o art. 2º, §2º da Lei n.º 24.240.

Destarte, observa-se a necessidade de o sujeito ser destinatário final para ser considerado um consumidor, outrossim, deve adquirir ou utilizar o bem para uso privado, familiar ou social, sendo vedada a sua transmissão sucessiva. Neste sentido, observa-se que o conceito da legislação argentina se assemelha àquele do direito brasileiro, porém mais restrito, em razão da inexistência de dispositivo que possibilite a equiparação de outros sujeitos à categoria de consumidor, como ocorre no parágrafo único do art. 2º, assim como nos artigos 17 e 19 do Código de Defesa do Consumidor.

A lei argentina, diferentemente da legislação brasileira, excepciona do seu âmbito de incidência, os produtos de segunda mão e os serviços prestados por profissionais liberais com título universitário e cujo exercício esteja relacionado à matrícula em colégio profissional, assim como se excluem os serviços públicos que apresentem regulação própria. Ademais, faz-se necessário destacar que a versão anterior à reforma promovida pela Lei n.º 26.994 considerava consumidores todos aqueles expostos às relações de consumo, porém o diploma normativo, infelizmente, modificou severamente essa norma, restringindo o alcance do consumidor *bystander*.<sup>127</sup>

Destaque-se que, desde o seu surgimento, o consumidor *bystander* se tornou alvo de inúmeras críticas, sobretudo dos poderosos fornecedores, considerando-se que esse instituto ameaça os seus intentos mercadológicos. Coaduna-se com o entendimento de Lorenzetti, no

---

<sup>127</sup> PAVAN, Luiz Carlos. **La protección del Consumidor en el MERCOSUR**. Buenos Aires: Editora Instituto Nacional de La Administración Pública, 1997. p. 24.

sentido de que a relação de consumo deveria abarcar todas as situações em que o sujeito é protegido, outrossim, antes, durante e após a celebração contratual, assim como quando é vitimado por um ilícito extracontratual ou é submetido a uma prática de mercado.<sup>128</sup>

Em relação ao reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, vislumbra-se que esse princípio não se encontra expressamente previsto na Lei Argentina, contudo, a sua existência pode ser depreendida do conjunto normativo, em decorrência da constatação de inúmeros preceitos que intentam equilibrar a relação entre as partes da relação de consumo. A debilidade do consumidor seria justamente a razão para a sua proteção constitucional, contudo, é importante mencionar que a lei argentina não distingue o conceito de vulnerabilidade e de hipossuficiência, como ocorre no Brasil.<sup>129</sup>

No que tange ao conceito de fornecedor, observa-se que são todas as pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, que produzam, importem, distribuam ou comercializem coisas ou prestem serviços a consumidores ou usuários, de maneira profissional ou ocasionalmente, conforme o art. 2º da mencionada lei. Consideram-se fornecedores todos os sujeitos que integram a intitulada cadeia comercial, de modo que são responsáveis solidariamente pela qualidade, pelo bom funcionamento e a segurança dos produtos que circulam no mercado de consumo o fabricante ou produtor da coisa, o importador, distribuidor, vendedor.<sup>130</sup>

Verifica-se certa semelhança com o art. 3º do Código de Defesa do Consumidor, porém o dispositivo citado apresenta maior restrição, haja vista que não se refere à nacionalidade ou atividades desempenhadas pelo fornecedor, assim como não entende que os profissionais liberais sejam fornecedores, salvo em relação à publicidade difundida a um grupo de consumidores indeterminado e quando se exerce a atividade em forma de empresa, diluindo-se a figura do profissional liberal para conformar-se à de fornecedor. A lei brasileira, por outro lado, entende que tais profissionais sejam fornecedores, apesar de exigir a verificação da culpa, no que concerne à responsabilidade pelos serviços prestados.

Importante mencionar que a lei argentina prevê, no art. 3º, o importante princípio da interpretação *in dubio pro consumptore* que se dirige às relações celebradas entre o consumidor e o fornecedor. Essa regra apresenta uma finalidade de assegurar a justiça através do

---

<sup>128</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. Buenos Aires: Rubinzal Culzoni Editores, 2003. p. 74.

<sup>129</sup> Ibidem., p. 35.

<sup>130</sup> SHINA, Fernando. **Sistema Legal para la defensa del consumidor**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editora Astrea, 2016. p. 15.

restabelecimento do equilíbrio entre as partes, pois se presume que o consumidor é, na maioria dos casos, a parte mais frágil da relação jurídica.

Verifica-se, ademais, que esse dispositivo tem uma dupla importância, pois promove a integração normativa entre disposições gerais e especiais, ou seja, entre as leis que versam direta ou indiretamente sobre as relações de consumo, tais como a Lei de Defesa da Concorrência (Lei n.º 25.156) e com a Lei de Lealdade Comercial (Lei n.º 22.801), assim como estipula um dos mais relevantes princípios protetivos do consumidor de todo o ordenamento jurídico. Faz-se mister ressaltar que a integração dessas normas intenta assegurar os direitos fundamentais dos consumidores e usuários.<sup>131</sup>

A lei argentina não prevê um rol específico de direitos dos consumidores, de modo que se encontram estipulados, de modo implícito, no conjunto da norma. A doutrina destaca como direitos do consumidor: a) o direito de acesso ao consumo; b) direito à educação para o consumo; c) direito à segurança; d) direito à informação; e) direito à proteção dos interesses econômicos; f) direito ao acesso à solução de conflitos. O acesso ao consumo pode ser considerado a origem e a possibilidade de existência e exercício dos demais direitos, considerando-se que abarca a satisfação das necessidades básicas como a saúde, a educação, a vestimenta, água, energia elétrica, telefonia, permitindo o desenvolvimento humano.<sup>132</sup>

O direito à educação, previsto no art. 60 a 62 da Lei n.º 24.240 apresenta grande importância, considerando-se que permite que os consumidores e usuários conheçam a posição que ocupam no mercado, os seus direitos básicos e os instrumentos disponíveis para amenizar a sua vulnerabilidade, oportunizando que esses sujeitos possam exigir o cumprimento dos seus direitos. O direito à segurança implica na proteção contra as consequências deletérias de produtos, processos produtivos e serviços perigosos para a saúde, a vida ou a integridade dos consumidores. Dessa forma, conforme o art. 5º, as coisas e serviços devem ser fornecidos ou apresentados de tal forma que, utilizados em condições previsíveis ou normais de uso, não apresentem qualquer perigo para a saúde ou integridade física dos consumidores ou usuários.

O direito à informação, previsto no art. 4º, determina o dever de os fornecedores prestarem as informações necessárias sobre as características essenciais dos produtos e serviços, de modo certo, claro e detalhado, outrossim, torna-se necessário destacar os aspectos mais relevantes dos bens, sem se restringir aos pontos positivos. A informação, considerada um

---

<sup>131</sup> ITURRASPE, Jorge Mosset; WAJNTRAUB, Javier H.; GOZAÍNI, Osvaldo Alfredo. **Ley de Defensa del Consumidor**: Ley 24.240: modif. por leyes 24.568, 24.787, 24.999 y 26.361: Protección Procesal de Usuarios y Consumidores. Santa Fe: Rubinzal Culzoni, 2008. p. 19.

<sup>132</sup> BUSTAMANTE, Laura Perez. **Derechos del consumidor**. Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2004. p. 49.

direito fundamental dos consumidores deve ser sempre gratuita e transmitida aos sujeitos com a clareza suficiente para que o indivíduo a compreenda e o consentimento possa ser formado de maneira adequada, conforme o acréscimo promovido pela Lei n.º 27.250, sancionada em 2016.

A oferta dos produtos e serviços, regulada nos artigos 7º a 10 do Capítulo III da citada legislação, é vinculante, considerando que as informações nela prestadas integram o contrato a ser celebrado com o consumidor, admitindo-se a sua revogação na hipótese de esta intenção ser disseminada por meios semelhantes aos manejados para torná-la conhecida, bem como de ocorrer antes da aceitação do consumidor. A ausência de efetivação da oferta, por meio da recusa ou restrição injustificada da venda, é passível das sanções previstas pelo art. 47 da referida lei. Destaque-se que, conforme o art. 9º, é preciso indicar a circunstância de forma precisa e notória das coisas deficientes, utilizadas ou reconstituídas.

No que se refere à publicidade, é importante ressaltar que a Lei Argentina não a conceitua precisamente. O art. 8º versa acerca dos efeitos dessa prática, dispondo que as informações veiculadas na publicidade ou em anúncios, folhetos, circulares ou outros meios de difusão estão incluídos no contrato com o consumidor e obrigam o ofertante. Conforme o artigo 1.101 do Código Civil e Comercial da Nação, veda-se a publicidade que contenha indicações falsas que induzam ou possam induzir em erro o consumidor, quando recaiam sobre dados essenciais do produto ou serviço; que efetue comparações de bens e serviços quando sejam de natureza que conduzam o consumidor a erro; que seja abusiva, discriminatória ou induza o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa para a sua saúde ou segurança. Destarte, o dever contratual de informação se constitui um “dever acessório de conduta”, que intenta fornecer ao consumidor os dados necessários para o conhecimento efetivo da realidade, podendo anuir aos termos do contrato de forma consciente.<sup>133</sup>

No que diz respeito à garantia legal, verifica-se que a Lei Argentina a consagra nos artigos 11 a 18, do Capítulo IV, de modo que esse direito abarca tanto os bens novos, quanto os usados, estipulando-se o prazo de 03 meses para bens móveis usados e 06 meses para os demais casos, que abarcam os defeitos ou vícios de qualquer caráter, tanto os aparentes quanto os ocultos, podendo ser estabelecida uma maior dilação pelas partes. Importante mencionar que esse período é contabilizado a partir da entrega do produto comercializado, bem como que o tempo utilizado para a reparação será compensado como uma extensão desse íterim, conforme o art. 16. Ademais, destaque-se que se a reparação realização não for satisfatória, o consumidor

---

<sup>133</sup> STIGLITZ, Gabriel A. O Direito Contratual e a Proteção Jurídica do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 1, p. 184-199, jan./mar. 1992.

pode optar, sem prejuízo das perdas e danos, pela substituição do item adquirido por um idêntico ou pela devolução do bem danificado, recebendo em troca o valor pago ou obter uma redução proporcional do preço, conforme o art. 17.

A vendas fora do estabelecimento comercial recebem um tratamento mais profícuo pela Lei Argentina, nos artigos 32 a 35, no Capítulo XII, em que as vendas domiciliares são distinguidas das vendas realizadas por correspondência, outrossim, aquelas realizadas pelo meio postal ou através dos meios de telecomunicação. Essa disciplina mais incisiva da lei argentina decorre do fato de que, hodiernamente, as modalidades de venda baseiam-se em uma espécie de marketing direto, que alcança os consumidores de forma agressiva, adentrando nas suas residências, no seu local de trabalho, nas suas correspondências, assim como seduzindo-os com sorteios. É importante ressaltar que as ofertas fora do estabelecimento comercial, à domicílio, se fundamentam no “efeito surpresa”, responsável por tornar o consumidor ainda mais vulnerável, em virtude da impossibilidade de comparação da qualidade e preço dos bens, da limitação do exercício da reflexão, do influxo da pressão exercida pelo fornecedor.

Nas vendas domiciliares e, do mesmo modo, nas realizadas por correspondência, o consumidor apresenta o direito de desistir no prazo de 10 (dez) dias corridos, contabilizados desde a entrega da coisa ou celebração do contrato, devendo o fornecedor arcar com os gastos empreendidos para a devolução do bem. Esse período de reflexão consiste em um instrumento que possibilita ao consumidor ponderar sobre a conveniência da contratação realizada sob a influência de inúmeras técnicas de marketing, configurando-se, portanto, como um mecanismo capaz de proteger os sujeitos de si mesmos.<sup>134</sup>

O direito de desfazimento do negócio é irrenunciável, conforme o art. 34, sendo dever do fornecedor informar por escrito, de forma notória e clara, acerca dessa viabilidade. O tratamento do direito argentino se assemelha ao brasileiro, porém a Lei 8.078/90 assegura 07 (sete) dias para o exercício do direito ao arrependimento. O envio de propostas ao consumidor sobre coisa ou serviço que não tenha sido requerido previamente, assim como no Brasil, também é proibido no ordenamento jurídico argentino, do mesmo modo é vedada a emissão de ofertas em que se concede ao consumidor um prazo para manifestar a sua aceitação, conforme o art. 35 da Lei 24.240. Destarte, caso algum bem seja encaminhado ao indivíduo nestes moldes, o sujeito não tem qualquer obrigação de conservar ou restituir o produto recebido.

---

<sup>134</sup> LORENZO, Miguel Frederico. Contrato de Consumo y Derecho al Arrependimiento. In: LORENZETTI, Ricardo Luis; SCHÖTZ (coord.). **Defensa del Consumidor**. Buenos Aires: Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, 2003, p. 393-414.

A Lei Argentina aborda os termos e cláusulas abusivas nos artigos 37 a 39, do Capítulo IX. A definição dessas cláusulas consiste justamente naquelas que afetam de modo não equitativo ao consumidor ou usuário no cotejo entre direitos e obrigações de ambas as partes. Nesse viés, cumpre ressaltar que o consumidor deve receber um tratamento digno, sobretudo diante da sua vulnerabilidade, de forma que não pode ser destinatário de desprezo, desconsideração, ultraje, adiamentos e nem de qualquer conduta que agrave a sua debilidade no mercado de consumo. Do mesmo modo que no ordenamento jurídico brasileiro, a lei argentina estabelece a importância de manter a validade do contrato, nulificando as cláusulas abusivas, quando for possível.<sup>135</sup>

Alguns exemplos de cláusulas abusivas são aquelas que desnaturalizam obrigações ou limitem a responsabilidade por danos; que importem renúncia ou restrição de direitos do consumidor ou ampliem os direitos da outra parte; que contenham qualquer preceito que imponha a inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor. Existem três princípios sobre o assunto na Lei n.º 24.240: o princípio da interpretação mais favorável ao consumidor nos contratos, que estipula a incidência da obrigação menos gravosa em caso de dúvida; o princípio da boa-fé, exigido em todos os momentos contratuais, desde a etapa prévia, até o cumprimento contratual; o princípio da transparência de informação.

No que concerne à responsabilidade civil, observa-se a existência da responsabilidade solidária dos fornecedores no que tange à concessão e cumprimento da garantia legal, devendo assegurar a qualidade dos produtos e serviços inseridos no mercado, conforme o artigo 13 da Lei n.º 24.240. A responsabilidade por danos encontra-se disciplinada no artigo 40 da lei argentina, sendo objetiva e solidária, outrossim, abrange toda a cadeia de produção, quando o dano sofrido pelo consumidor é perpetrado pelo defeito ou vício do produto ou serviço, sendo a prescrição de 03 (três) anos.<sup>136</sup> Admite-se a ação de regresso, exceto contra aquele que evidencie que ausência de responsabilidade sobre a causa do dano. No entanto, é importante ressaltar que o transportador somente é responsável pelos danos causados aos bens de consumo, em razão da prestação do serviço.

A legislação argentina concebe um sistema particular destinado à aplicação de procedimentos e sanções, na hipótese de violação à norma. No artigo 47, determinam-se como sanções: advertência; multa; confisco dos bens; suspensão de até cinco anos nos cadastros de

---

<sup>135</sup> KRIEGER, Walter F. **Prácticas abusivas en el Derecho del Consumidor**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: El Derecho, 2018. p. 20-21.

<sup>136</sup> PINESE, Graciela Gloria. **Ley de Defensa de Consumidor**: Ley 24.240 modificada por las leyes 24.568, 24.787, 24.999 y 26.631. 2.ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cathedra Jurídica, 2018. p. 32.

fornecedores que possibilitam a contratação com o estado; encerramento do estabelecimento ou suspensão do serviço afetado por um período de até trinta dias; suspensão a perda de concessões, privilégios, regimes fiscais ou benefícios de crédito especiais que goza. Essas penalidades podem ser aplicadas de forma independente ou conjunta, de acordo com as circunstâncias do caso concreto.

No que tange às ações judiciais referentes ao direito do consumidor, observa-se que são reguladas nos artigos 52 a 54, podendo ser iniciadas por consumidores, usuários, associações de consumidores constituídas como pessoas jurídicas, pela autoridade de aplicação nacional ou local, pelo Defensor Público ou pelo Ministério Público. Nos processos judiciais que aborem a defesa coletiva dos sujeitos, as associações de consumidores e os usuários que o requeiram serão qualificados como litisconsortes de quaisquer dos demais legitimados, após avaliação do juiz competente.

No que tange ao turismo, é importante mencionar que o ordenamento jurídico argentino considera o turista como uma espécie de “*subtipo de consumidor*”, diante da sua maior vulnerabilidade, em virtude de estar fora da sua vida cotidiana, do seu domicílio, falar uma língua distinta, não contar com profissionais de sua confiança etc. O diploma normativo argentino que versa sobre o turismo pode ser considerado incompleto, insuficiente e desconhecido. No entanto, o turista, enquanto destinatário final dos produtos e serviços, pode ser considerado consumidor e, portanto, encontra-se no âmbito de incidência da Lei 24.240. Apesar de não tratar expressamente sobre os contratos de turismo, as demais disposições da legislação se aplicam a tais relações.<sup>137</sup>

A Lei 8.078/90 emergiu com o intento de se constituir um Código de Defesa, compreendendo, portanto, a abordagem de uma matéria extensa, mormente de princípios e direitos, seguindo o mandamento constitucional do art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. No entanto, essa característica falta à Lei n.º 24.240, que deixa de assegurar dois direitos previstos no CDC, quais sejam: a revisão de cláusulas contratuais em razão dos fatos supervenientes que se tornem excessivamente onerosas (art. 6º, inciso V, CDC); a facilitação dos direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova (art. 6º, inciso VIII, CDC). Ademais, o ordenamento jurídico brasileiro adotou um conceito mais amplo de consumidor, assim como acolheu a desconsideração da personalidade jurídica, não admitida pela lei argentina. A Lei n.º 8.078/90 apresenta uma seção em que versa sobre as práticas abusivas e

---

<sup>137</sup> FERREYRA, Roberto A. Vázquez. **Turismo y Defensa del Consumidor**. In: LORENZETTI, Ricardo Luis; SCHÖTZ (coord.). *Defensa del Consumidor*. Buenos Aires: Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, 2003, p. 415-431.

outra em que aborda as cláusulas abusivas, enquanto a Lei n.º 24.240 não as sistematiza. Conclui-se, portanto, que a legislação argentina se constitui menos rígida e completa do que a brasileira, pois não prevê procedimentos tão esmiuçados e abrangentes.

#### 4.3 PARAGUAI

A Lei n.º 1.334/98, intitulada de Defesa do Consumidor e do Usuário, inspirada nas legislações argentina, brasileira e no Protocolo de Defesa do Consumidor, regula as relações de consumo no Paraguai e se encontra estruturada em cinco diferentes capítulos, sendo composta de 54 artigos. Apesar da existência dessa legislação especial que abrange a proteção da saúde, segurança, dignidade e interesses econômicos do consumidor, a compreensão do ordenamento jurídico paraguaio exige o exame do Código Civil, sobretudo no que concerne à responsabilidade civil.

É vedado, no art. 2º da lei paraguaia, a renúncia, a transação ou limitação convencional dos direitos reconhecidos, assim como se garante a preponderância destes sobre outra normal legal, uso, costume ou prática que divirja do seu conteúdo. O consumidor, na legislação paraguaia, é conceituado, no art. 4º, como toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira que adquira, utilize ou desfrute como destinatário final dos bens ou serviços de qualquer natureza. Neste sentido, verifica-se a necessidade de o sujeito ser destinatário final dos bens adquiridos para se amoldar à supracitada concepção. No entanto, é importante destacar que a citada legislação não apresenta a possibilidade de equiparação de determinados sujeitos aos consumidores, como ocorre nos artigos 2º, parágrafo único, 17 e 19 do Código de Defesa do Consumidor, outrossim, se revela menos abrangente e protetora do que a lei brasileira.

No que tange ao conceito de fornecedor, no ordenamento jurídico paraguaio, observa-se que consiste em toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, pública ou privada que desenvolva atividades de produção, fabricação, importação, distribuição, comercialização, venda ou arrendamento de bens ou de prestação de serviços a consumidores ou usuários. Ademais, da mesma forma que a lei argentina, excepciona do seu âmbito de incidência os fornecedores profissionais liberais, que necessitem de título universitário e matrícula em órgão encarregado. A noção de vulnerabilidade do consumidor não é reconhecida expressamente pela legislação paraguaia, de modo que deve ser extraída da interpretação da lei em sua plenitude, a



exemplo dos artigos 7º e 27, que asseguram respectivamente a adoção da interpretação mais favorável ao consumidor, em caso de dúvida.<sup>138</sup>

Os direitos do consumidor encontram-se previstos no art. 6º, em que é definido um rol não taxativo, tais como o direito à proteção da vida, da saúde, da segurança contra os riscos provocados pelos produtos e serviços perigosos ou nocivos, assim como o direito à prestação de serviços públicos de forma adequada e eficaz e a prevenção e reparação dos danos sofridos. O dispositivo abrange, do mesmo modo, as prerrogativas oriundas dos tratados ou convenções internacionais, das quais o país seja signatário, derivados de regulamentos administrativos ou dos princípios gerais do direito.

As vendas realizadas fora do estabelecimento comercial, principalmente aquelas celebradas por meio do telefone ou no domicílio do consumidor estão previstas nos artigos 24 a 28 da lei paraguaia. No ordenamento jurídico citado, é concedido ao consumidor um prazo de reflexão de 07 (sete) dias, assim como no Brasil, e nesse período os sujeitos podem resolver rescindir o contrato, devendo ter as quantias dispendidas devolvidas. No entanto, o Paraguai estabelece como exceção as hipóteses de o serviço ou produto terem sido usados ou terem sofrido deterioração.

No que concerne à oferta, observa-se que a legislação paraguaia não define esse instituto, porém os artigos 8º a 16 da Lei n.º 1.334/98 promovem relevantes avanços quanto aos expedientes oferecidos pelo Código Civil. A oferta é vinculante e obriga o fornecedor que a veicula pelo prazo indicado, de modo que aquelas que não indicam o período são compreendidas como permanentes. Ademais, as informações prestadas na oferta devem ser corretas, objetivas, eficazes, suficientes e verdadeiras, comunicando-se de forma detalhada as características essenciais dos bens de consumo. A revogabilidade da oferta é possível, desde que seja divulgada através dos mesmos meios utilizados para veiculá-la.

A publicidade é regulada pelos artigos 35 a 39, situados no Capítulo VIII da Lei n.º 1.334/98, sendo vedadas as publicidades enganosas, abusivas, assim como aquelas de caráter comparativo, quando através de ações dolosas ou de declarações gerais e indiscriminadas se conduza o consumidor a acreditar que um produto é superior a outro. Sublinhe-se, ainda, que o art. 38 menciona que as promoções que objetivem a venda de cigarro, bebidas alcólicas, medicamentos e bebidas estimulantes se encontram limitadas pelas imposições das leis especiais que regulam a sua produção, venda e veiculação publicitária.

---

<sup>138</sup> FELLOUS, Beyla Esther. **Proteção do Consumidor no Mercosul e na União Europeia**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003. p. 170.

As práticas abusivas não recebem um tratamento específico da legislação paraguaia, porém no art. 14 da Lei n.º 1.334/98, determinam-se as condutas vedadas ao fornecedor que, em muito se assemelham com aquelas proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor. Importantes exemplos são: a) o condicionamento de oferecimento de produtos e serviços à aquisição de outros bens, salvo na hipótese de os usos ou costumes obrigarem que tais itens sejam ofertados em conjunto; b) aproveitar a ignorância do consumidor para incentivar o consumo de seus produtos ou serviços; c) deixar de indicar o prazo para o cumprimento de sua obrigação, ou os respectivos termos, quando forem de cumprimento sucessivo; d) enviar ou entregar ao consumidor qualquer produto ou prestar qualquer serviço que não tenha sido previamente solicitado.

No que tange às garantias, observa-se que não consta na lei paraguaia a disciplina acerca da garantia legal, porém a contratual é regulada de forma detalhada pelo art. 11. Dessa forma, estabelecem-se parâmetros para sua realização: devem ser prestadas por escrito, de forma padronizada, em idioma oficial, de fácil compreensão, em letra clara e legível. Do mesmo modo, estipulam-se informações mínimas necessárias, quais sejam: a identificação do fabricante ou do importador; as condições da garantia, o prazo, a cobertura; as especificações das partes cobertas por esta; o domicílio do obrigado a prestá-la; a especificação do local onde se efetivará a garantia; os detalhes dos gastos ou custos que possam existir a cargo do consumidor; o lugar e a data de aquisição do produto ou serviço. Ressalte-se que, na hipótese de se oferecer aos consumidores produtos com defeito, usados ou reconstruídos, essa conjuntura deve ser indicada de maneira precisa e clara.

As cláusulas abusivas são abordadas pelo art. 28 da Lei n.º 1.334/98, que oferece uma lista desses dispositivos e os consideram nulos e sem efeitos. Neste sentido, são abusivas as cláusulas que a) desnaturarem obrigações, eliminem ou restrinjam a responsabilidade por danos b) dispensem ou restrinjam os direitos do consumidor ou estendam os direitos da outra parte; c) contenham qualquer preceito que imponha a inversão do ônus da prova em detrimento do consumidor; d) impuserem o uso obrigatório da arbitragem; e) permitirem ao fornecedor variação unilateral do preço ou outras condições contratuais f) violarem os regulamentos ambientais; g) implicarem a renúncia do consumidor ao direito de ser indenizado ou ressarcido por quaisquer despesas legalmente suportadas pelo fornecedor; e h) impuserem condições contratuais injustas, que sejam exageradamente onerosas para o consumidor, ou causem sua indefensabilidade. No entanto, é importante ressaltar que o legislador paraguaio é favorável à manutenção do contrato diante da presença dessas cláusulas, se for possível.

No que toca à responsabilidade civil, observa-se que a lei paraguaia não disciplina diretamente esse instituto, contrariando as demais legislações dos Estados membros do Mercosul. Nesta senda, torna-se necessária a análise dos dispositivos do Código Civil deste país, que apresenta alguns artigos versando sobre a responsabilidade objetiva, a exemplo do art. 1883. Destacam-se os artigos 1.846 a 1.854, justamente por abordarem a responsabilidade sem culpa, de modo que se conclui pela aplicação da teoria do risco no ordenamento jurídico paraguaio, outrossim, aquele que cria um perigo em razão da sua atividade exercida, deverá responder pelos danos daí advindos, prevendo-se a nulidade de qualquer cláusula que restrinja essa responsabilidade.<sup>139</sup> Ressalte-se que a legislação paraguaia é menos rígida e completa que o Código de Defesa do Consumidor.

O sistema previsto no diploma normativo paraguaio prevê a defesa em juízo dos direitos nos consumidores nos artigos 43 e 44, tanto a título individual como coletivamente, quando se encontrarem envolvidos direitos difusos ou coletivos. Assim sendo, a legitimidade ativa para a tutela coletiva dos consumidores seria do consumidor, do usuário, das associações de consumidores que cumpram com os requisitos necessários, da autoridade competente nacional ou local e da Procuradoria-Geral da República. No entanto, a legislação destaca que as ações que intentam o ressarcimento pelos danos e prejuízos somente podem ser promovidas pelos consumidores ou usuários afetados. Destarte, observa-se que a Lei n.º 1.334/98 se distingue da legislação brasileira neste ponto, pois não menciona garante a tutela coletiva na hipótese de ofensa aos direitos individuais homogêneos, assim como assegura a legitimidade dos próprios consumidores e usuários.

A lei paraguaia aborda nos artigos 51 e 52 as sanções aplicáveis, sem prejuízo de outras normas da legislação do país, quais sejam: proibir a exposição, circulação, distribuição, transporte ou comercialização de produtos, que infrinjam disposições desta lei; ordenar a apreensão de produtos que violem as disposições desta lei, onde são perigosos ou prejudiciais à saúde; ordenar a cessação da atividade das pessoas ou entidades em operações ou ações proibidas na presente lei; com a devida audiência prévia, ordenar o encerramento temporário de um estabelecimento, empresa ou instalação; impor multas cominatórias para o cumprimento da ordem previstas nas sentenças ou em medidas cautelares; ordenar a publicação de sentenças ou partes delas, à custa da pessoa condenada, em jornais, revistas, emissoras ou emissoras. Ressalte-se que, diferentemente da legislação brasileira, a Lei n.º 1.334/98 não prevê sanções penais.

---

<sup>139</sup> MORALES, Mirta. **Un estudio comparativo de la protección legislativa del consumidor en el ámbito interno de los países del mercosur**. Rio de Janeiro: Editora Renovar. p. 270-271.

#### 4.4 URUGUAI

A Lei n.º 17.250 de 2000, inspirada no Protocolo de Defesa do Consumidor, regula as relações de consumo no Uruguai, em 52 (cinquenta e dois) artigos, porém não constitui um Código. Essa legislação, a última ser consagrada na região, se distingue das dos demais Estados membros do Mercosul, considerando-se que se determinam parâmetros e regras básicas para as relações de consumo, dispondo secundariamente sobre os direitos do consumidor uruguaio. Importante ressaltar que, antes da promulgação da citada lei, as relações de consumo eram disciplinadas pelo Código Civil de 1869, com algumas alterações.

As relações de consumo firmadas entre o fornecedor e o consumidor apresentam caráter oneroso, sendo possível admitir a gratuidade apenas na hipótese em que se está preparando uma relação onerosa futuramente. O consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou simplesmente usa bens, tanto produtos como serviços, com a característica de fazê-lo como destinatário final, outrossim, verifica-se que esse conceito se assemelha às demais legislações dos países integrantes do Mercosul. Faz-se mister ressaltar que se encontram excluídos dessa concepção aqueles que armazenam, utilizam ou adquirem bens de consumo para integrá-los em processos de produção, transformação ou comercialização, justamente por não se configurarem destinatários finais. Na legislação uruguaia também não se constata a existência de agentes equiparados.

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, diferentemente da brasileira, não é realizado de modo expresso pela legislação uruguaia, contudo pode ser depreendido da análise do conjunto normativo e dos princípios que o inspiram. Nesse viés, cumpre ressaltar que essa debilidade pode ser extraída dos direitos básicos do consumidor, garantidos no art. 6º da Lei n.º 17.250/2000, assim como do caráter de ordem pública da citada lei. O fornecedor é toda pessoa física ou jurídica que cumpra como atividade profissional produzir, criar, construir, transformar, montar, importar, distribuir e comercializar, sejam produtos ou serviços, dentro de uma relação de consumo. Exige-se a presença da habitualidade e da onerosidade, no que tange ao desenvolvimento das citadas atividades.

A responsabilidade civil do fornecedor se consagra quando há o descumprimento das obrigações legais, que diferem a depender do tipo de fornecedor. O descumprimento da boa-fé ou a violação ao dever de prestar informações aos consumidores, tanto na etapa pré-contratual, quanto no momento da sua celebração ou execução, ensejam essa responsabilização. Apesar de restar configurada a responsabilidade objetiva no ordenamento jurídico uruguaio, não há

previsão sobre a solidariedade entre os fornecedores, tal como previsto no art. 7º, parágrafo único, do CDC, no Brasil.

Os direitos básicos do consumidor são enunciados pela Lei 17.250, em um rol *numerus apertus*: a) a proteção à vida, à saúde, à segurança contra os riscos causados no fornecimento de produtos ou serviços considerados perigosos ou nocivos; b) educação, a fim de alcançar um consumo adequado; c) liberdade de escolha; d) tratamento igualitário no momento de contratar; e) receber informação de forma clara, suficiente, verdadeira e no idioma espanhol; f) receber proteção contra a publicidade enganosa e contra qualquer método coercitivo ou desleal utilizado no fornecimento de produtos ou serviços; g) receber proteção contra as cláusulas abusivas nos contratos de adesão; h) associar-se em organizações com o objetivo específico de defender o consumidor; i) efetiva prevenção e ressarcimento dos danos patrimoniais e extrapatrimoniais; j) acesso aos órgãos judiciais e administrativos, mediante procedimentos ágeis e eficazes.

As vendas fora do estabelecimento comercial são disciplinadas pelo art. 16 da Lei n.º 17.250, sendo previsto o prazo de reflexão de 05 (cinco) dias úteis, contabilizados da formação do contrato ou da entrega do produto, outrossim, o consumidor pode promover a rescisão contratual nesse ínterim, devendo ser reembolsado pelos gastos empreendidos atualizados. No que se referem aos encargos decorrentes da restituição, estes serão responsabilidade do consumidor e do fornecedor.

A oferta de produtos, regulada pelos artigos 12 a 17 da Lei n.º 17.250, é vinculante e pode ser revogada, na hipótese de serem utilizados meios semelhantes àqueles utilizados para difundir-la, desde que ocorra antes de o consumidor aceitá-la. A legislação uruguaia aborda esse instituto em quatro capítulos distintos, o IV – Da Oferta em Geral, o V – Da Oferta dos Produtos, o VI – A Oferta dos Serviços e o VII – Práticas Abusivas na Oferta. A publicidade é regulada nos artigos 24 a 27, situados no Capítulo IX, restando expressamente vedada a publicidade subliminar ou indireta, assim como a enganosa. A publicidade comparativa é admitida, desde que não se fundamente em dados psicológicos ou emocionais e desde que seja possível evidenciar que as informações da comparação são verdadeiras.

No que concerne às garantias, a legislação uruguaia limita a sua abordagem às contratuais, no art. 23, situado no Capítulo VIII. No entanto, depreende-se da análise do Capítulo XIV, que versa sobre a Prescrição e a Decadência, no art. 37 e seguintes, que a citada lei, de forma indireta, previu uma espécie de garantia legal, considerando-se que estipulou um prazo de 30 (trinta) ou 90 (noventa) dias, para os casos de vícios aparentes respectivamente em bens não duráveis ou duráveis, assim como determinou o prazo de seis meses quanto aos vícios ocultos.

As práticas abusivas são definidas em um rol *numerus apertus*, no art. 22 da Lei n.º 17.250: a) negar o fornecimento de produtos ou serviços ao consumidor, enquanto há disponibilidade do oferecido, de acordo com os usos e costumes e há possibilidade de cumprir o serviço, exceto quando limitada a oferta e caso tenha sido informado previamente ao consumidor, sem prejuízo da revogação que deve ser divulgada pelos mesmos meios utilizados para tornar a oferta conhecida; b) difundir informação que desacreditem o consumidor, devido às ações realizadas por ele, no exercício de seus direitos; c) definir um prazo manifestamente desproporcional para o cumprimento das obrigações em detrimento do consumidor; d) enviar ou entregar ao consumidor, qualquer produto ou fornecer qualquer serviço, que não foi solicitado anteriormente.

As cláusulas abusivas são abordadas nos artigos 30 e 31 e se referem ao contrato de adesão, porém um segmento doutrinário compreende que se aplicam a qualquer outra espécie contratual. São abusivas a) aquelas que isentam ou limitam a responsabilidade do fornecedor por defeitos de qualquer natureza dos produtos ou serviços; b) as que impliquem a renúncia dos direitos do consumidor; c) as que autorizem o fornecedor a modificar os termos do contrato; d) a cláusula resolutória pactuada exclusivamente a favor do fornecedor; e) as cláusulas que imponham representantes ao consumidor; f) as que impliquem renúncia do consumidor ao direito de ser ressarcido; g) as que estabeleçam que o silêncio do consumidor possibilitará a modificação, a restrição ou a ampliação do que foi acordado no contrato. Diante da existência dessas cláusulas, declara-se a nulidade e o juiz deverá integrar o contrato ou considerá-lo completamente nulo, caso a integração não seja possível.<sup>140</sup>

No que tange à responsabilidade civil, observa-se a necessidade de examinar o art. 32 da Lei n.º 17.250. Na hipótese de violação desse dispositivo ou descumprimento das obrigações de informar e de agir de boa-fé, constata-se a responsabilidade do fornecedor. Quanto à responsabilidade solidária, apesar de não constar expressamente na lei, pode ser deduzida do art. 34. Ademais, é importante ressaltar que os fornecedores respondem pelos danos ou prejuízos que derivem imediata e diretamente do fato ilícito, incluindo-se tanto os de tipo patrimonial como extrapatrimonial, desde que seja comprovado o nexo causal. Os comerciantes ou distribuidores, porém, apenas responderão na impossibilidade de identificar o importador ou fabricante ou quando o dano é oriundo da conservação inadequada dos produtos, conforme o art. 34.2.

---

<sup>140</sup> MORALES, Mirta. **Un estudio comparativo de la protección legislativa del consumidor en el ámbito interno de los países del mercosur**. Rio de Janeiro: Editora Renovar. p. 184-187.

A legislação uruguaia prevê, no artigo 47, sanções que podem ser aplicadas independente ou conjuntamente, para os sujeitos que infringirem as obrigações impostas, sem prejuízo das ações por responsabilidade civil ou penal, quais sejam: advertência, quando o infrator não tiver antecedentes no cometimento de infrações da mesma natureza e esta for qualificada como leve; multa; confisco das mercadorias e produtos objeto da infração, quando estas possam implicar um risco evidente para a saúde ou segurança do consumidor; o fechamento temporário do estabelecimento comercial ou industrial, em caso de reincidência de infração grave ou muito grave; suspensão de até um ano nos registros de fornecedores que permitam contratar com o Estado. No entanto, não se observam dispositivos específicos sobre a defesa processual do consumidor na Lei n.º 17.250.

A Lei n.º 17.250, apesar das suas restrições, menor detalhamento, complexidade e rigidez do que a Lei brasileira n.º 8.078/90, consistiu em uma grande evolução no que se refere à proteção do consumidor, considerando-se que até aquele momento não havia qualquer diploma normativo especial que disciplinasse as relações de consumo. Ademais, é importante ressaltar que a citada legislação versa de forma minuciosa sobre a oferta.<sup>141</sup>

#### 4.5 VENEZUELA

A Venezuela encontra-se suspensa do Mercosul por razões expostas no capítulo anterior.<sup>142</sup> De todo modo, torna-se necessário examinar a proteção do consumidor neste País, fato que se configura relativamente recente na história do direito privado. A primeira Lei de Proteção ao Consumidor é de 1974 e abrangeu normas referentes à declaração de bens e serviços de primeira necessidade e ao seu controle de preços; disposições relativas à publicidade comercial e industrial; regras sobre a garantia contra defeitos ou mau funcionamento e a padronização e certificação da qualidade do produto. No entanto, no final dos anos 80, a complicada situação econômica e financeira do país tornou necessária a adoção de medidas que intentavam transmutar a economia venezuelana em uma economia de mercado, de modo que a citada legislação foi reformada substancialmente no ano de 1992.<sup>143</sup>

---

<sup>141</sup> JACYNTHO, Patrícia Helena de Avila; ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo. **A Proteção Contratual do Consumidor no Mercosul**. São Paulo: Editora Interlex Informações Jurídicas Ltda, 2001. p. 81.

<sup>142</sup> O país se encontra suspenso do Mercado Comum do Sul, desde dezembro de 2016, por descumprimento de seu Protocolo de Adesão e, desde agosto de 2017, por violação da Cláusula Democrática do Bloco, conforme o segundo parágrafo do art. 5º do Protocolo de Ushuaia.

<sup>143</sup> OLIVEROS, Sheraldine Pinto. La Protección del Consumidor en el Derecho Venezolano. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 12, v. 81, p. 179-238, jan./mar. 2012.

Neste sentido, a Lei de Defesa do Consumidor de 1992 reduziu o papel de controle estatal, substituindo-o por um sistema de treinamento dos consumidores, com o intento de prepará-los para a defesa dos seus direitos. No entanto, a necessidade de intervenção direta do Estado na economia exigiu a reforma da citada legislação, consagrada através da 'Lei do Consumidor e Proteção ao Usuário', de 1995 que alterou os direitos dos consumidores, as normas relativas a associações que versam sobre o assunto, ampliou as obrigações dos fornecedores de bens e serviços, assim como incrementou as disposições sobre garantias. A partir de 2002, a citada lei passou a ser interpretada conforme a cláusula do Estado Social de Direito, prevista no art. 2º da Carta Magna da Venezuela.

Em seguida, diante de uma necessidade de maior controle da economia e da liberdade de iniciativa econômica privada, foi promulgada a Lei de Proteção do Consumidor e Usuário, Lei n.º 37.930 de 2004, em que o consumidor era definido como a pessoa natural que adquire, utiliza ou desfruta de bens ou serviços de qualquer natureza como destinatário final. O usuário, por outro lado, é definido como toda pessoa natural ou jurídica, que utilize ou desfrute de serviços de qualquer natureza como destinatário final. A equivalência entre o consumidor e o usuário desaparece do ordenamento jurídico venezuelano com a promulgação da citada lei, pois se nega o caráter de consumidor às pessoas jurídicas e a noção de usuário compreende tanto as pessoas naturais como as pessoas jurídicas.<sup>144</sup>

Verifica-se que a lei venezuelana adotava o critério econômico para a definição de consumidor, considerando-se que, ao promover a integração de bens e serviços em processos de produção, assim como a transformação e comercialização, os sujeitos deixam de possuir o caráter de consumidores ou usuários. O fornecedor era definido como toda pessoa natural ou jurídica, de caráter público ou privado, que desenvolva atividades de produção, importação, distribuição ou comercialização de bens ou prestação de serviços a consumidores e usuários.

*A posteriori*, a citada lei foi derogada pela *Ley para la Defensa de Las Personas en el Acceso para los Bienes y Servicios*, promulgada em 2009, que definia, no art. 4º, como consumidores toda pessoa natural ou jurídica, de caráter público ou privado, organizada ou não, que adquiriu, utilizou ou desfrutou de bens e serviços de qualquer natureza como destinatário final. Constata-se, portanto, um avanço no que tange à lei anterior, pois há a inclusão da pessoa jurídica no conceito de consumidor, apesar de o consumidor por equiparação ter continuado sem disciplina pelo ordenamento jurídico venezuelano.

---

<sup>144</sup> ODY, Lisiane Feiten Wingert. O Conceito de Consumidor e Noção de Vulnerabilidade nos Países do Mercosul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 07, v. 64, p. 80-108, out./dez. 2007.



No entanto, esta legislação foi derogada expressamente pela *Ley Orgánica de Precios Justos* em 2014, de modo que hodiernamente não existe uma definição legal a respeito de quem é consumidor, assim como tais sujeitos encontram-se desprotegidos, configurando-se um período de retrocesso.<sup>145</sup> No que concerne ao conceito de fornecedor, observa-se que o artigo 2º o define como as pessoas naturais e jurídicas, de direito público ou privado, nacionais ou estrangeiras, que desenvolvam atividades econômicas no território da Venezuela, incluídas as que ocorrem através dos meios eletrônicos. Excetuam-se desse conceito, os sujeitos que pela natureza da atividade que exerçam sejam regidos por uma lei especial, assim como aqueles que, de maneira expressa, sejam excluídos pelo Presidente da República.

Os direitos individuais dos consumidores encontram-se previstos no artigo 7º, quais sejam: a proteção de sua vida, de sua saúde e de sua segurança no acesso a bens e serviços, assim como a satisfação de suas necessidades fundamentais e o acesso aos serviços básicos; que os fornecedores públicos e privados ofertem bens e serviços competitivos, de ótima qualidade, que sejam eleitos com liberdade; a informação adequada, verdadeira, clara, oportuna e completa sobre os bens e serviços oferecidos no mercado, assim como sobre seus preços, suas características, sua qualidade e demais aspectos relevantes dos mesmos, incluindo os riscos que possam ser derivados do seu uso ou consumo; a proteção contra a publicidade falsa, enganosa ou abusiva e os métodos comerciais coercitivos ou desleais; a educação para a aquisição de bens e serviços, orientada ao fomento do consumo responsável e a difusão adequada sobre seus direitos; a reparação e a indenização por danos e prejuízos causados pela deficiência e pela má qualidade de bens e serviços.

Ademais, constituem-se, do mesmo modo, direitos individuais: o acesso aos mecanismos efetivos para a tutela administrativa de seus direitos e interesses, que conduzam à adequada prevenção, sanção e oportuna reparação dos mesmos; a promoção e a proteção jurídica de seus direitos e interesses econômicos e sociais nas transações realizadas, por qualquer meio ou tecnologia; a proteção nos contratos de adesão que sejam desvantajosos ou lesionem seus direitos ou interesses; a proteção nas operações de crédito; a possibilidade de desfrutar dos bens e serviços, de forma contínua, regular, eficaz, eficiente e ininterrupta; os demais direitos que a Constituição e as leis vigentes estipularem.

Quanto à garantia, observa-se que o artigo 8º determina que os veículos, máquinas, equipamentos ou artefatos e demais bens de natureza durável, que possuam sistemas mecânicos,

---

<sup>145</sup> VIEIRA, Luciane Klein. El Concepto de Consumidor y El Mercosur Ampliado. Um Análisis del Derecho de Fuente Convencional e Interna de Los Estados Partes del Bloque. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, v. 107, p. 197-242, set./out. 2016.

elétricos ou eletrônicos, suscetíveis de apresentar falhas ou defeitos, deverão apresentar obrigatoriamente garantia para suprir as deficiências de fabricação e funcionamento. No que tange à indenização por danos e prejuízos, o art. 37 determina que a imposição de alguma das sanções prevista em lei, não impede que os consumidores exijam do infrator as indenizações e o ressarcimento dos danos causados. Destarte, verifica-se que a citada lei não aborda diretamente os institutos da oferta, da publicidade, da venda fora do estabelecimento comercial, das práticas e das cláusulas abusivas, versando de forma profícua sobre sanções administrativas e penais.

#### 4.6 PAÍSES ASSOCIADOS AO MERCOSUL

No que concerne aos países associados ao Mercosul, torna-se importante analisar a existência de leis especiais que abordem a proteção ao consumidor, para se realizar um estudo mais profícuo do assunto.<sup>146</sup> A Bolívia, país em processo de adesão ao Mercosul, mediante o Decreto Supremo n.º 29894, de 07 de fevereiro de 2009, criou o Vice-Ministério de Defesa dos Direitos do Usuário e do Consumidor (VDUUC) subordinado ao Ministério da Justiça, que tem como atribuições a proposição de normas, políticas e projetos para garantir a defesa dos direitos dos consumidores e usuários, assim como para defender o acesso universal aos serviços básicos; a promoção e a implementação de programas e de projetos de educação e difusão dos direitos e dos deveres dos consumidores e usuários; o atendimento e a solução das reclamações dos consumidores; a aplicação dos instrumentos internacionais no âmbito dos direitos dos consumidores etc.

Ademais, foram criadas as Autoridades de Controle e Fiscalização, com o objetivo de regular o mercado e o direito dos usuários e consumidores. Em seguida, publicou-se o Decreto Supremo n.º 0065, de 03 de abril de 2009, cujo objeto se constitui normatizar a defesa e a proteção dos direitos dos consumidores e usuários, bem como determinar os procedimentos para admissão, gestão e acompanhamento das denúncias por violação às normas e regulações na prestação de serviços e fornecimento de produtos.

É importante mencionar que a Bolívia é o único país da América do Sul que não dispõe de uma lei de proteção aos direitos dos consumidores. Contudo no art. 5º do citado Decreto, determina-se que o Vice-Ministério de Defesa dos Consumidores, com a participação de organizações de fornecedores de produtos e de consumidores, proporá propostas regulatórias

---

<sup>146</sup> MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **ATLAS IBERO-AMERICANO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**. Brasília: Ministério da Justiça, 2013.

para melhorar a qualidade, a quantidade, o preço, a segurança e a oportunidade na prestação de serviços e no fornecimento de produtos.

O âmbito de aplicação do citado decreto, constante no artigo 2º, é todo o território do Estado Plurinacional e alcança as pessoas naturais, jurídicas, privadas, comunitárias, públicas, mistas e outras que realizem atividades de produção, importação e/ou comercialização de bens e serviços destinados a consumidores ou usuários, sem prejuízo das ações em defesa do usuário e do consumidor que sejam estabelecidas pelo governo. O conceito de consumidor e/ou usuário encontra-se previsto no artigo 3º, consistindo em todas as pessoas físicas ou jurídicas que adquirem, utilizam ou desfrutam como destinatário finais de bens móveis ou imóveis, produtos, serviços e/ou atividades, sejam de natureza pública ou privada, individual ou coletiva, daqueles que os produzem, os facilitam, os fornecem ou os emitem.

Os direitos básicos, considerados irrenunciáveis, constam no art. 4º do Decreto e são: o direito à liberdade de escolha do produto ou serviço; o direito ao recebimento de proteção efetiva do Estado no uso e no consumo dos bens; o direito à informações verdadeiras e oportunas sobre os produtos e serviços ofertados; o direito à educação para o consumo responsável; o direito de participar de organizações sociais que defendam os consumidores; o direito de não ser discriminado por fornecedores; o direito de receber os bens sob os termos e condições acordados; o direito à reparação e à indenização, em decorrência do direito violado, de forma pronta e oportuna.

No art. 6º, resta consignado que as instituições públicas e privadas ligadas ao fornecimento de produtos e de serviços devem fornecer às autoridades e aos funcionários do Vice-Ministério da Defesa os Direitos do Usuário e do Consumidor, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, acesso à informação e à verificação de instalações de produção de bens e de serviços, conforme o art. 130, inciso I, da Constituição Política do Estado. O art. 7º do Decreto garante a legitimação dos consumidores, das organizações de defesa do consumidor e do Vice-Ministério acima citado para apresentar denúncia contra os fornecedores. No art. 10, observam-se as medidas que podem ser adotadas pelos consumidores no caso do descumprimento da oferta por parte do fornecedor, salvo na hipótese de caso fortuito ou força maior. Destarte, o consumidor pode exigir o cumprimento da prestação, aceitar uma prestação equivalente ou exigir a devolução do que foi pago e a reparação integral referente à violação dos seus direitos.

No Chile, em 1997 foi promulgada a Lei n.º 19.496, responsável pela proteção dos direitos do consumidor, que até o presente momento encontravam-se em desvantagem em face dos fornecedores. No ano de 1999, constatou-se a primeira alteração à citada Lei, justamente

com o intuito de incorporar as mudanças ocorridas no mercado de consumo. Posteriormente, em março de 2012, a Lei do SERNAC Financeiro entrou em vigor concedendo novos direitos aos consumidores. Ademais, torna-se necessário destacar a existência de outras normas que apresentam como intento a proteção dos consumidores, a exemplo da Lei Geral de Telecomunicações e o Decreto Supremo 113 do Ministério dos Transportes e Comunicações que estabelece os direitos dos passageiros no contrato de transporte aéreo de passageiros.

A Lei n.º 19.496 tem por objeto regular as relações entre consumidores e fornecedores, assim como estabelecer as infrações e indicar o procedimento aplicável a essas matérias. No art. 1º constam os principais conceitos referentes ao assunto, de modo que o consumidor ou usuário é definido como toda pessoa natural ou jurídica que, em virtude de qualquer ato jurídico oneroso, adquirem, utilizam ou desfrutam, como destinatários finais, bens ou serviços.

O fornecedor é conceituado no mesmo dispositivo como as pessoas naturais ou jurídicas, de caráter público ou privado, que habitualmente desenvolvam atividades de produção, fabricação, importação, construção, distribuição ou comercialização de bens ou de prestação de serviços a consumidores, pelas quais se cobre preço ou tarifa. No entanto, não são considerados fornecedores as pessoas que possuam um título profissional e exerçam sua atividade de forma independente. Em seguida, a citada legislação define o conceito da informação básica comercial, da publicidade, do anunciante, do contrato de adesão, das promoções e da oferta.

Os direitos básicos do consumidor, considerados irrenunciáveis, encontram-se previstos no art. 3º, quais sejam: a livre escolha de bens; o direito à informação veraz e oportuna sobre os bens ofertados; o direito à reparação adequada e oportuna de todos os danos materiais e morais, em caso de descumprimento de qualquer obrigação contraída pelo fornecedor; a educação para o consumo responsável. Neste mesmo dispositivo, há previsão do direito de o consumidor finalizar unilateralmente o contrato no prazo de 10 (dez) dias, desde a recepção do produto ou desde a contratação do serviço, ou seja, uma espécie de direito de arrependimento.

Em seguida, do art. 4º ao 11, consta o conceito das organizações para a defesa dos direitos dos consumidores, assim como a disciplina do seu funcionamento. No parágrafo 3º do art. 11, verificam-se as obrigações do fornecedor, dentre estas estão: a obrigação de respeitar os termos, as condições e as modalidades estipuladas na oferta; a impossibilidade de negar injustificadamente a venda dos bens ou a prestação dos serviços; a obrigação de informar expressamente ao consumidor, caso o produto comercializado apresente alguma deficiência, seja usado ou contenha peças usadas; o respeito à dignidade e aos direitos dos consumidores por parte dos sistemas de segurança e vigilância dos estabelecimentos comerciais etc.

No artigo 16, restam definidas as cláusulas que não produzirão efeitos, caso inseridas nos contratos de adesão, assim como resta consignado que, declarada a nulidade de um ou vários dispositivos, o contrato subsistirá com as restantes, a menos que pela natureza do instrumento contratual não seja possível. No artigo 18, existem dispositivos versando sobre a responsabilidade por descumprimento da oferta por parte dos fornecedores. Nos artigos 28 a 34, abordam-se informação e publicidade, nos artigos 35 e 36, trata-se sobre as promoções e ofertas e, nos artigos 37 a 39, acerca do crédito ao consumidor.

O Equador apresenta a Lei Orgânica de Defesa do Consumidor (*Ley 21 de 10 de julho de 2000*), norma de ordem pública e de interesse social, que deve se sobrepor às disposições contidas em outras leis ordinárias. Importante ressaltar que, em caso de dúvida na aplicação desta lei, deverá ser interpretada da maneira mais favorável ao consumidor.<sup>147</sup> O objeto da citada legislação consiste justamente em disciplinar as relações entre os fornecedores e os consumidores, promovendo o conhecimento e protegendo os direitos dos consumidores, através da busca pela equidade e segurança jurídica nessa relação jurídica, conforme se depreende do art. 1º.

No art. 2º, constam as definições importantes sobre o tema como de anunciante, contrato de adesão, informação básica comercial, oferta, publicidade abusiva e enganosa, serviços públicos domiciliares, distribuidores ou comerciantes, produtores ou fabricantes e importadores. O consumidor ou usuário é considerado toda pessoa natural ou jurídica que, como destinatário final adquirir, utilizar ou desfrutar de bens ou serviços. O fornecedor é toda pessoa natural ou jurídica, de caráter público ou privado, que desenvolva atividades de produção, fabricação, importação, construção, distribuição, aluguel ou comercialização de bens, bem como a prestação de serviços aos consumidores, cobrando um preço ou uma taxa.

A definição de fornecedor inclui aqueles que adquirem bens ou serviços para integrá-los nos processos de produção ou transformação, bem como aqueles que prestam serviços públicos por delegação ou concessão. As obrigações e os direitos dos consumidores previstos na lei não excepcionam os demais previstos em outras leis e constam nos artigos 3º e 4º. A publicidade e o seu conteúdo são regulados nos artigos 6º a 8º. A responsabilidade e as obrigações do provedor constam nos artigos 17 e 31 e, nos artigos 41 ao 50, consta a proteção contratual conferida ao consumidor.

Na Colômbia, a Lei n.º 1.480 de 2011, em vigor desde abril de 2012, substituiu o Estatuto de Proteção ao Consumidor de 1982, que estava em vigor há mais de 30 anos e se

---

<sup>147</sup> MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **ATLAS IBERO-AMERICANO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**. Brasília: Ministério da Justiça, 2013.

aplica a todos os setores da economia onde não exista regulamentação especial, como a proteção ao consumidor no setor de telecomunicações, no setor financeiro, setor de turismo, serviços públicos domiciliares. Essa legislação apresenta disposições de ordem pública, de modo que qualquer estipulação em contrário será considerada não escrita, salvo nos casos específicos previstos em lei. Aborda a qualidade, a idoneidade e a segurança, as garantias, a informação que deve ser fornecida ao consumidor, a proteção contra a publicidade enganosa, assim como contra as cláusulas abusivas, versa sobre tutela do consumidor no comércio eletrônico, apresenta disposições sobre as vendas à distância e através de mecanismos não tradicionais, acerca das vendas financiadas e concede especial ênfase à proteção das crianças como consumidores.

No caso do Peru, mediante a Lei n.º 29.571 de 02 de setembro de 2010, o Código de Proteção de Defesa do Consumidor foi aprovado, sendo considerado uma norma de ordem pública. Na Guiana, observa-se a existência do *Consumer Affairs Act 2011*, em que se abordam os deveres dos fornecedores, as práticas comerciais desleais, os contratos desleais, o controle de vendas realizadas à distância, o comércio eletrônico, as garantias, a segurança do consumidor, o *recall*, a execução e os recursos. No Suriname, por outro lado, observa-se o desenvolvimento de um projeto de lei de proteção ao consumidor, ainda em fase incipiente.

#### 4.7 CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS LEGISLAÇÕES EXAMINADAS

Os países integrantes Mercado Comum do Sul apresentam leis que abordam a defesa do consumidor e se encontram em distintos graus de evolução. O Brasil, certamente, é aquele que apresenta uma legislação mais protetiva, enquanto a Venezuela, por outro lado, dispõe de um diploma normativo enfraquecido, diante das crises políticas vivenciadas, sequer apresentando um conceito de consumidor. Importante ressaltar, inclusive, que este Estado está suspenso do bloco regional, em razão da violação da cláusula democrática. Destaque-se que o ordenamento jurídico brasileiro apresenta o conceito de consumidor mais amplo e aberto, a disciplina da responsabilização civil mais profícua, assim como é o único que reconhece expressamente a vulnerabilidade desses sujeitos.

No que tange às cláusulas abusivas, observa-se que o Uruguai deixa a desejar em termos de proteção, haja vista que apenas institui o controle dessas disposições dentro dos contratos de adesão e restringindo-se às hipóteses em que são redigidas de forma pouco clara ou duvidosa. No que se refere às garantias legais, verifica-se que o Brasil e a Argentina versam sobre o assunto, porém o Paraguai e o Uruguai mencionam somente as contratuais, sendo uma

faculdade do fornecedor concedê-las. Quanto à oferta, vislumbrou-se que se consagra vinculante em todos os países, salvo na Venezuela. Em relação aos direitos básicos dos consumidores, o Brasil e o Paraguai admitem a possibilidade de recorrer a outros, previstos em tratados e convenções e a Argentina e a Venezuela são os únicos países que não oferecem um rol de direitos em suas legislações.

No que se refere aos países associados ao Mercosul, verifica-se que o menos protetivo é o Suriname, considerando-se que não apresenta sequer um diploma específico destinado a proteger o consumidor. Quanto aos demais, observa-se que a legislação chilena se destaca, conferindo uma tutela aprofundada aos interesses dos consumidores. Desse modo, após a referida análise, torna-se necessário o estudo dos principais aspectos citado bloco regional, o que se realizará no próximo capítulo.

## 5 O MERCOSUL: A TENDÊNCIA DE INTEGRAÇÃO ENTRE OS ESTADOS-MEMBROS

A integração, termo advindo do latim *integratio* e *integrationis*, cujo significado é unir-se a um grupo, integrando-o, ocorre desde os primórdios da humanidade, pois os indivíduos não poderiam bastar-se a si mesmos, em virtude de se constituírem seres gregários, pois necessitam se associar a um determinado agrupamento e apresentam a tendência natural de constituir comunidades. A queda do Muro de Berlim e o fim da Guerra Fria propiciaram o desfecho de um período de polarização e oportunizaram o desenvolvimento da globalização e da regionalização, importantes para o delineamento da organização econômica hodierna. Iniciou-se uma era de grande desenvolvimento multilateral, diante da ausência de fronteiras para a comunicação e, simultaneamente, houve um aumento dos blocos regionais e da formação de uniões aduaneiras e de áreas de livre-comércio no mercado internacional.

Dessa forma, os Estados passaram a buscar a integração como ferramenta necessária ao alcance do desenvolvimento social, econômico, político e cultural. Na sociedade pós-moderna, esse fenômeno se intensificou diante processo de internacionalização do direito, que propiciou uma maior dependência entre os países, tanto global quanto regionalmente. No âmbito regional, os Estados passaram a se agregar, embasados pelo princípio da reciprocidade, considerando a localização geográfica, assim como os interesses comuns, com o intuito de reduzir as barreiras limitadoras do comércio. Em geral, a associação ocorre por razões econômicas, pois o maior deslocamento de pessoas e bens aumenta o fluxo financeiro e potencializa o desenvolvimento da região.<sup>148</sup>

Essa integração econômica apresenta importância incomensurável, pois, ao abrirem os mercados para outros países, as indústrias locais e regionais dos Estados se desenvolvem, inclusive científica e tecnologicamente, de modo a ofertar bens e serviços de maior qualidade, oportunizando uma inserção mais competitiva no comércio internacional. Apesar de inicialmente a integração ter apresentado apenas objetivos financeiros, hodiernamente também busca a proteção dos direitos humanos ou pessoais, expandindo os seus intentos. Neste sentido, constata-se a existência de uma maior cooperação entre os países, que se unem para solver os problemas comuns enfrentados, de natureza econômica, social ou cultural.

A integração regional pode ser considerada um processo de natureza jurídica e política que garante a aproximação entre Estados soberanos de uma mesma região geográfica, a partir

---

<sup>148</sup> CIPPITANI, Roberto. **Interpretación y derecho de la integración**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editora Astrea, 2016. p. 21.



da assinatura de Tratados, com o intuito de instituir uma cooperação, alcançando a supressão das barreiras para permitir a livre circulação de bens, indivíduos e capitais. Neste sentido, surgiu o Direito Internacional da Integração em determinada área da sociedade internacional, diante de algumas circunstâncias históricas, podendo ser compreendido a partir da sociedade que o origina. O processo de integração regional exige a alteração de determinados princípios essenciais dos Estados, modificando algumas concepções advindas do Direito Internacional Clássico, de modo que quanto mais intensa a associação entre os países, menor se torna a soberania dos Estados.<sup>149</sup>

Destarte, a integração regional pode ser compreendida como um “processo de troca social voluntária”<sup>150</sup>, estabelecido com o intuito de facilitar a resolução dos problemas e conquista dos interesses e objetivos comuns entre os países, o que, conseqüentemente, colabora para o intercâmbio de bens e serviços, melhora o mercado e incentiva a formação de blocos econômicos competitivos. O modelo mais bem-sucedido da integração regional é o da União Europeia, fonte de inspiração para a evolução da aproximação sul-americana.

A tendência de integração entre os Estados-membros do Mercado Comum do Sul é imprescindível para o desenvolvimento socioeconômico e político dos respectivos países, bem como para a inserção competitiva no comércio internacional. Faz-se necessário realizar um esforço histórico dessa integração para melhor compreendê-la. A aproximação entre a Argentina e o Brasil, com o intuito de consolidar uma integração econômica esteve presente desde 1940, quando o Ministro da Fazenda argentino levou ao Brasil uma proposta de união aduaneira, de modo que se intentava superar os problemas comerciais existentes através de um acordo de livre comércio. *A posteriori*, durante a Segunda Guerra Mundial, foram constituídas propostas para a criação da *Unión Aduanera del Plata*, que não tiveram êxito. Inclusive, foram firmados acordos bilaterais com o Chile, Paraguai, Bolívia e Peru para facilitar o comércio recíproco, porém esses projetos tendentes a formar blocos comerciais não prosperaram e, em 1955, foram abandonados.

O processo de integração regional da América Latina emergiu, em 1948, após a Segunda Guerra Mundial, com a constituição da Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL), no Conselho Econômico e Social da ONU, com sede em Santiago, no Chile, com o intuito de estudar a economia e o desenvolvimento da região. Essa Comissão, após alguns

---

<sup>149</sup> BALLARINO, Tito. **Costituzione e Diritto Internazionale Privato**. Verona: CEDAM Padova, 1974. p. 65-83.

<sup>150</sup> LAREDO, Iris M. **Mercosur**: Balance y perspectivas. Buenos Aires: Fundación de Cultura Universitaria, 1996. p. 180-181.

estudos que comprovavam a redução do intercâmbio comercial entre os países latinos, oportunizou a instituição de uma união aduaneira latino-americana, com o intento de realizar uma integração econômica, tornando os mercados dos Estados da região mais dinâmicos e competitivos, o que evitaria a necessidade de importações.

Em seguida, no ano de 1960, o Tratado de Montevideu, celebrado por onze países, originou a Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALALC), que intentava criar a zona de livre comércio entre a Argentina, a Bolívia, o Brasil, o Chile, a Colômbia, o Equador, o México, o Paraguai, o Peru, o Uruguai e a Venezuela, no prazo máximo de um ano. No entanto, não se logrou êxito, de modo que, em 1967, na Declaração de Presidentes da América, afirmou-se o objetivo de conceber, de modo progressivo, o Mercado Comum latino-americano em no máximo 15 anos, a partir de 1970. Apesar de não ter atingido o resultado perseguido, a ALALC teve grande importância para a promoção da integração, tendo em vista que, no ano de 1977, o comércio regional atingiu 14,1%, duplicando a taxa registrada no ano de 1962.<sup>151</sup>

No ano de 1980, não se constatava um grande progresso, por questões econômicas e políticas da região, de forma que a Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALALC) foi substituída pela Associação Latino-Americana de Integração, a ALADI, sem haver a indicação de um prazo para a formação do referido Mercado Comum, pois se entendia que a instituição de uma área de preferências favoreceria de modo inevitável a formação do mercado comum na América Latina. No ano de 1985, houve a assinatura da Ata do Iguazu, no Programa de Integração e Cooperação Econômica Brasil-Argentina, o que permitiu que o conflito entre os países se transformasse em cooperação. Em seguida, em 1988, firmou-se o Tratado de Cooperação e Desenvolvimento entre a Argentina e Brasil, acompanhado de acordos de cooperação com o Uruguai e aberto à participação dos demais Estados.

No entanto, apenas em 1990, o Brasil e a Argentina avançaram nas tratativas para a criação de um Mercado Comum, com a Ata de Buenos Aires, em que se comprometeram a firmar o mercado bilateral, até o dia 31 de dezembro de 1994. Contudo, no dia 26 de março de 1991, o Tratado de Assunção foi celebrado e, em 29 de novembro de 1991, entrou em vigor instituindo o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), após as devidas ratificações do Brasil, da Argentina, do Paraguai e do Uruguai.

A criação do MERCOSUL foi favorecida pela redemocratização dos países latino-americanos, pois a efetivação do citado bloco exigia um mínimo de engajamento social com os objetivos governamentais assumidos anteriormente, o que seria inconciliável com o

---

<sup>151</sup> BARRIA, Fernando Morales. **ALADI**: Comentarios preliminares al tratado de Montevideo de 1980. Santiago: Editora Jurídica de Chile, 1981. p. 16.

fundamento dos governos autoritários, ou seja, com a ideia de limitação e exclusão da participação social. Ademais, também se constituiu imprescindível a superação da hostilidade entre o Brasil e a Argentina, dominados por uma relação competitiva e conflituosa, considerando-se que a instituição de um Mercado Comum exige negociação e comunicação constantes. Do mesmo modo, também foi facilitada pela base cultural comum dos Estados-membros, assim como pela proximidade linguística que possibilitou o diálogo. Não se pode olvidar que as organizações regionais devem ser compostas por países que apresentem características comuns e consonância de propósitos.<sup>152</sup>

### 5.1 A RECEPÇÃO DOS ESTADOS-MEMBROS DO MERCOSUL À INTEGRAÇÃO

Diante do contexto apresentado, as Constituições dos Estados-membros passaram a incluir a cooperação e a integração regional como temas. No entanto, a recepção do direito à integração entre os países do Mercosul não ocorreu de maneira uniforme, de modo que apresentou características distintas, fazendo-se necessário abordá-las com cautela, de acordo com as singularidades de cada Estado. Analisam-se, por conseguinte, as Cartas dos Estados-membros do bloco regional, com o fito de verificar a existência de previsão acerca da possibilidade de integração.

No Brasil, o preâmbulo da Carta Magna prevê como fim assegurar o desenvolvimento de uma sociedade comprometida com a ordem interna e internacional, assim como, no art. 4º, assegura-se a busca pela integração econômica, política, social e cultural dos povos, da América Latina, visando a formação de uma comunidade latino-americana de nações. No entanto, alguns autores entendem que o art. 22 e o art. 24 da Constituição brasileira constituem um obstáculo à integração regional do Mercosul, pois não se outorga a nenhum órgão estatal a faculdade de delegar competências a órgãos supranacionais. A jurisprudência também é considerada pouco favorável aos tratados internacionais, pois, em geral, salvo exceções, são considerados equiparados a leis infraconstitucionais.<sup>153</sup>

A Constituição da Venezuela, avaliada, a despeito de o país estar suspenso do Mercosul, afirma que os tratados ou convenções internacionais que o Poder Executivo celebre para gozar de validade devem ser aprovados por intermédio de lei especial. As Constituições

---

<sup>152</sup> VALLADÃO, Haroldo. **Democratização e Socialização do Direito Internacional**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editôra, 1961. p. 48-52.

<sup>153</sup> MONTORO, André Franco. Perspectivas de Integração da América Latina. In: BAPTISTA, Luiz Olavo; MAZZUOLI, Valério de Oliveira (orgs). **Coleção Doutrinas Essenciais**. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, p. 571-593.

paraguai e argentina são as mais predispostas ao processo profundo de integração regional. A Constituição do Paraguai, no art. 141, preceitua que os tratados internacionais, validamente celebrados e aprovados por lei do Congresso e cujos instrumentos de ratificação foram depositados, formam parte do ordenamento legal interno com a hierarquia determinada pelo art. 137, ou seja, de prevalência sobre as leis. O art. 145 da mencionada Constituição estabelece que a República do Paraguai, em condições de igualdade com outros Estados, admite um ordenamento jurídico supranacional que garanta a vigência dos direitos humanos, da paz, da justiça, da cooperação e do desenvolvimento político, econômico, social e cultural.

A Constituição argentina, após a reforma de 1994, passou a prever pioneiramente no artigo 75, inciso 24, a possibilidade de integração, determinando no inciso 22 que os tratados apresentarão hierarquia superior às leis e os que tratam acerca dos direitos humanos, após aprovação do Congresso, podem adquirir hierarquia constitucional, conforme os votos dos membros da Câmara.

A Constituição uruguaia de 1971 estabeleceu como preceito básico que a República buscará a integração social e econômica dos estados latino-americanos, especialmente no que se refere à defesa comum dos seus produtos e matérias primas. No entanto, o ordenamento jurídico uruguaio determinou um monopólio em matéria de legislação em favor do Estado nacional e não resolveu a relação entre leis e tratados.

Assim, apesar de estimular a integração social e econômica, no art. 6º, o Uruguai não aceita o caráter imperativo dos atos normativos emanados dos órgãos supranacionais, o que também inviabiliza o avanço no processo de integração do Mercosul. Neste sentido, existe um consenso doutrinário e jurisprudencial que os tratados podem ser aplicados diretamente pelos poderes nacionais se são suficientemente detalhados em sua formulação. Destarte, a Constituição do Uruguai encontra-se no meio caminho entre as constituições mais integracionistas, a do Paraguai e da Argentina, e a mais reticente ao processo de integração, Brasil.

No entanto, é importante destacar que se constata importantes assimetrias nas Cartas Constitucionais dos países do Mercosul. Inicialmente, destaca-se a falta de uniformidade do regime jurídico no que concerne à recepção dos tratados internacionais. Ademais, apesar de os quatro Estados membros do Mercosul disporem de preceitos tendentes à integração latino-americana, diferentemente do Paraguai e da Argentina, as Constituições do Brasil e do Uruguai apresentam disposições programáticas, contemplando apenas a possibilidade de celebrar tratados de integração com países latino-americanos, sem pronunciar-se a respeito da resolução

de questões básicas como as que afetam os efeitos e o alcance desses tratados no ordenamento jurídico interno, o que dificulta a efetiva integração entre os Estados.<sup>154</sup>

## 5.2 A ESTRUTURA INSTITUCIONAL

A devida compreensão do Mercosul exige um estudo da sua estrutura institucional. Conforme mencionado anteriormente, o citado bloco regional foi instituído a partir do Tratado de Assunção, firmado em 26 de março de 1991, entre a Argentina, o Brasil, o Uruguai e o Paraguai, com o intuito de instituir progressivamente um mercado comum entre os mencionados Estados e promover uma maior competitividade destes no mercado internacional. Os idiomas oficiais do bloco são espanhol e português, sem qualquer prevalência entre eles.

No ano de 1995, o Protocolo de Ouro Preto entrou em vigor e conferiu a personalidade jurídica de Organização Internacional ao Mercosul, no seu art. 34. Neste sentido, o Mercosul passou a gozar de existência própria, distinta dos países que o integram, sendo sujeito de direitos e deveres e considerado uma “organização internacional de caráter regional, com personalidade internacional e capacidade plena de atuar na sociedade internacional”.<sup>155</sup> Dessa forma, o art. 35 assegura que o Mercado Comum do Sul poderá, no uso de suas atribuições, praticar todos os atos necessários à realização de seus objetivos, adquirir ou alienar bens móveis e imóveis, comparecer em juízo, conservar fundos e fazer transferências.

No dia 25 de junho de 1996, o Chile e a Bolívia juntaram-se ao bloco, com o intento de buscar a primeira fase de integração, ou seja, a zona de livre comércio. Em 25 de agosto de 2003, o Peru ingressou no bloco como Estado associado. Desse modo, tanto a Bolívia, quanto a Colômbia, o Chile, o Equador e o Peru não se constituem membros do Mercosul, mas mantêm acordos comerciais para a redução tarifária em diversos setores por meio de Acordos de Complementação Econômica.

O processo para adquirir a condição de Estado Associado é apresentar uma solicitação perante o Conselho de Mercado Comum, encaminhando-a através da Presidência *Pro Tempore* (PPT), tornando-se obrigatória a adesão ao Protocolo de Ushuaia sobre Compromisso Democrático do Mercosul e a Declaração Presidencial sobre Compromisso Democrático no

---

<sup>154</sup> MARANIELLO, Patricio. **Derecho de la integración**: aspectos judiciales, políticos y sociales de los bloques regionales. Buenos Aires: Editora Ad-Hoc, 2014. p. 54.

<sup>155</sup> BORGES, Thiago Carvalho. **Curso de Direito Internacional Público e Direito Comunitário**. São Paulo: Editora Atlas, 2011. p. 304.

Mercosul, sendo facultativa a adesão a outros tratados relativos às dimensões social, política, e cidadã do bloco, inclusive de proteção ao consumidor.

Os países associados, tais como o Chile, a Colômbia, o Equador e o Peru, são os membros da ALADI com os quais o Mercosul firma acordos de livre comércio, de modo que podem participar das reuniões de órgãos do bloco que abordem assuntos de interesse comum. Ademais, constituem-se associados a Guiana e o Suriname, Estados com os quais o Mercado Comum do Sul celebrou acordos, com base no artigo 25 do Tratado de Montevideo, que possibilita firmar tais pactos com outros países ou áreas de integração econômica da América Latina.<sup>156</sup>

O processo de adesão da Venezuela ao bloco citado se iniciou no dia 09 de dezembro de 2004, na XXIV Reunião de Cúpula dos Presidentes do Mercosul, em Montevideo – Uruguai e foi concluído após a decisão proferida pelo Conselho do Mercado Comum – MEROCUL/CMC/DEC n. 27/12. Essa inclusão ocorreu com diferentes intentos, como criar mais estímulos para a integração dos Estados, inclusive econômica, tendo em vista que a disparidade das economias da Argentina e do Brasil, no que concerne ao Uruguai e ao Paraguai obstaculizava a construção de interesses comuns. Destarte, a adesão de novos parceiros comerciais pode ensejar maiores avanços na constituição de um bloco econômico mais competitivo.<sup>157</sup>

O Mercosul teve o seu quadro institucional delineado definitivamente pelo Protocolo de Ouro Preto, de 17 de dezembro de 1994, sendo composto pelos seguintes órgãos: Conselho do Mercado Comum; Grupo Mercado Comum; Comissão de Comércio do Mercosul; Comissão Parlamentar Conjunta; Foro Consultivo Econômico Social; Secretaria Administrativa do Mercosul.<sup>158</sup> O Conselho do Mercado Comum do Sul é o órgão superior do Mercosul, responsável pela direção política da integração, bem como pelas deliberações para garantir o cumprimento dos propósitos estipulados pelo Tratado de Assunção e para a consagração do mercado comum em seu estágio mais avançado.

O Grupo do Mercado Comum é o órgão executivo responsável pela coordenação de políticas econômicas e setoriais, composto por quatro membros titulares e quatro membros suplentes de cada país, devendo ser representado por funcionários do Ministério das Relações Exteriores, da Economia e dos Bancos Centrais. A Comissão de Comércio do Mercosul é o órgão assessor do Grupo do Mercado Comum, responsável por zelar pela aplicação dos

---

<sup>156</sup> Disponível em: <https://www.mercosur.int/pt-br/quem-somos/paises-do-mercosul/>. Acesso em: 28 ago. 2019.

<sup>157</sup> VARELLA, Marcelo Dias. **Direito Internacional Público**. 3.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011. p. 375.

<sup>158</sup> GUERRA, Sidney. **Curso de Direito Internacional Público**. 11.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. p. 377.

instrumentos de política comercial pactuados pelos Estados-membros para o devido funcionamento da união aduaneira, bem como por acompanhar os assuntos afetos às mencionadas políticas comerciais, ao comércio entre os países do Mercosul e às relações comerciais com outros Estados.

O Parlamento do Mercosul é o órgão responsável por debates acerca da diversidade e do pluralismo dos Estados, garantindo o respeito à democracia, à representatividade e a participação dos países no processo integracionista e na produção de suas respectivas normas. O Foro Consultivo Econômico Social, o órgão de natureza consultiva, responsável por representar os setores sociais e econômicos, é integrado por um número igual de representantes de cada país. A Secretaria Administrativa do Mercosul, sediada em Montevideu, apresenta como função o apoio operacional aos demais órgãos do Mercosul, prestando os serviços necessários ao seu devido funcionamento.<sup>159</sup>

No que concerne ao Tratado de Assunção, faz-se necessário versar sobre pontos importantes para melhor compreender a estrutura do Mercosul. Inicialmente, objetiva-se abordar os propósitos, previstos no Capítulo I, que deveriam ter sido consolidados até o dia 01 de janeiro de 1995, quais sejam: a livre-circulação de bens e de serviços de fatores produtivos entre os países membros; o estabelecimento de uma tarifa externa e de uma política comercial comum em relação a terceiros Estados ou agrupamentos de Estados; a coordenação de posições em foros econômicos-comerciais regionais e internacionais e a coordenação de políticas econômicas e setoriais entre os Estados-partes, bem como de comércio exterior, agrícola, industrial, fiscal, cambial, de capitais, de serviços alfandegários, de transporte, de comunicações e outros.

Dentre os mais importantes princípios expressos no referido documento, essenciais à integração, encontram-se: o de reciprocidade de direitos e obrigações entre os Estados-membros, no art. 2º; o da transparência, no art. 4º; o da paridade em relação aos produtos comercializados, no art. 7º; o do *pacta sunt servanda*, no art. 8º, b; o da não discriminação, no art. 8º, d. Em seguida, não se pode olvidar que o Capítulo IV oportuniza a abertura do bloco econômico a outros países-membros do ALADI, mediante a aprovação unânime dos estados-partes do Mercosul. Do mesmo modo, é importante ressaltar a possibilidade da “denúncia”, prevista no Capítulo V, que significa a permissão democrática para que qualquer país possa se desvincular das obrigações do tratado, caso verifique prejuízos socioeconômicos ou políticos.

---

<sup>159</sup> GUERRA, Sidney. **Curso de Direito Internacional Público**. 11.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. p. 379.

O Mercosul aproxima-se de uma ordem jurídico-comunitária, pois apresenta fontes originárias autônomas em relação ao direito interno de cada Estado-membro, responsável por definir sua natureza, estrutura e estabelecem regras de funcionamento. Constata-se, do mesmo modo, a existência de fontes derivadas, em consonância com o art. 41, inciso III, do Protocolo de Ouro Preto, como as Decisões do Conselho do Mercado Comum, as Resoluções do Grupo Mercado Comum e as Diretivas da Comissão de Comércio do Mercosul.

No que concerne à etapa de integração, observa-se que o Mercosul detém características de uma União Aduaneira que apresenta como objetivo a coordenação de políticas que oportunizem uma integração mais célere, através da articulação das políticas externas dos países. Nessa fase, além da anulação de parte das Tarifas Alfandegárias, verifica-se uma espécie de unificação das tarifas, no que tange a outros países, que consiste na aplicação da mesma carga tributária à importação dos produtos produzidos por terceiros.<sup>160</sup>

Questiona-se, porém, se o Mercosul teria conseguido a integração de pelo menos 80% das linhas tarifárias, o que caracteriza uma União Aduaneira, conforme as informações da Organização Mundial do Comércio. Constata-se que os órgãos oficiais não dispõem de dados estatísticos satisfativos para precisar o grau de integração, o que revela a fragilidade do bloco regional.<sup>161</sup> Neste sentido, o Mercosul se constituiria uma União Aduaneira imperfeita, em virtude de não ter logrado êxito na implementação de todos os intentos que caracterizam esse estágio de integração.<sup>162</sup>

### 5.3 A TUTELA LEGAL DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL E OS MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO

A globalização econômica favorece o desenvolvimento de um mercado global, bem como de blocos comerciais regionais, ademais contribui para a padronização da cultura e do consumo, em virtude do modo de produção pós-fordista, o que, conseqüentemente, exige a proteção efetiva dos consumidores. No entanto, verifica-se que, no contexto integracionista, muitas vezes, esse sujeito vulnerável, denominado como “*el protagonista olvidado*”<sup>163</sup>, é

---

<sup>160</sup> GRASSI NETO, Roberto. A política de proteção do consumidor no sistema de integração regional do Mercosul. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 17, v. 66, p. 162-195, abr./jun. 2008.

<sup>161</sup> VARELLA, Marcelo Dias. **Direito Internacional Público**. 3.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011. p. 370.

<sup>162</sup> SILVA, Roberto Luiz. **Direito Internacional Público**. 4.ed. ver. atual. e ampl. Belo Horizonte: Editora Del Rey, 2010. p. 421.

<sup>163</sup> ARRIGHI, Jean Michel. La protección de los consumidores y el MERCOSUR. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 2, p. 124-147, mar./abr. 1992.



esquecido. Por isso, é importante destacar que as questões atuais, referentes a um mercado de consumo em constante mudança, exigem novas respostas.

A proteção dos consumidores assume relevante função na concretização da integração do Mercosul, pois permite o desenvolvimento do livre comércio entre os Estados-partes do bloco econômico, assim como o estabelecimento de padrões mínimos de qualidade e segurança aos produtos e serviços ofertados regionalmente. Essa tutela garante segurança jurídica aos sujeitos vulneráveis e intensifica a competitividade dos mercados, auxiliando na criação de uma concorrência leal e na efetivação de políticas governamentais. Destarte, a defesa do consumidor deve ser priorizada pelo direito internacional privado, assim como pelo direito originário e derivado dos processos de integração regional, tendo em vista que se constitui vital ao desenvolvimento dos blocos econômicos e do comércio intrarregional.

Neste sentido, diante do panorama de fragmentação do mercado mundial, em que os ordenamentos jurídicos de cada país apresentam normas que protegem os consumidores de forma e intensidade distintas, constata-se uma fragilidade ainda maior desses sujeitos no comércio internacional, de modo que se torna necessária a formulação de uma política comum, o que propicia a concretização verdadeira do processo integracionista, respeitando-se o desenvolvimento social e os direitos fundamentais dos indivíduos, que se constitui condição essencial para tornar o processo de desenvolvimento econômico e de justiça social mais célere.

A instituição de uma proteção consumerista no âmbito do Mercosul oportuniza a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos, bem como a construção de uma cidadania mais ativa, o que enseja o respeito ao Estado Democrático de Direito. Não se pode olvidar que quanto maior o nível de proteção ao consumidor, maior o desenvolvimento do mercado, configurando-se, portanto, interesses complementares. Dessa forma, a efetiva tutela desses sujeitos possibilita um maior progresso dos Estados-membros e do próprio bloco econômico.

### **5.3.1 A Era do Consumidor como Ator Esquecido**

No que tange à proteção do consumidor no Mercosul, podem-se identificar distintas fases. No período inicial, transcorreu a “era do consumidor como ator esquecido”<sup>164</sup>, em que não se constatava a abordagem da tutela desses sujeitos no quadro institucional do Mercosul, pois, inicialmente, o Grupo Mercado Comum (GMC) e o Conselho Mercado Comum (CMC)

---

<sup>164</sup> MARQUES, Claudia Lima. Consumer Protection Policy in Mercosur: na Evaluation. In: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). *L'intégration économique régionale et la protection du consommateur*. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 367-372.

não apresentavam comitês acerca da proteção dos consumidores, assim como não se verificavam tratados firmados à época que versassem sobre o assunto.

Neste sentido, a despeito das orientações da Assembleia Geral da ONU, no ano de 1985, os documentos que deram início à aproximação entre o Brasil e a Argentina, quais sejam a Declaração Conjunta de Iguazu (1985), a Ata para Integração entre Brasil e Argentina (1986) e a Ata de Buenos Aires (1990), assim como aqueles que integram o direito originário do bloco econômico, ou seja, o Tratado de Assunção, o Protocolo de Brasília e o Protocolo de Ouro Preto não apresentavam uma tutela aos interesses do consumidor, evidenciando que a proteção desse sujeito vulnerável não se constituía uma prioridade no processo de integração regional.

A despeito de não prever expressamente a proteção dos consumidores, o Tratado de Assunção, responsável pela constituição do Mercosul, preceitua, em seu preâmbulo, que a formação do citado bloco intentava a aceleração do progresso econômico dos países, respeitada a justiça social, além disso, determina em seu art. 1º que a adoção do protocolo pelos países integrantes do bloco demanda a livre circulação de bens, serviços e meios de produção, o que, conseqüentemente, exige a efetiva proteção dos consumidores que serão diretamente afetados por essa medida. Faz-se mister ressaltar que, no momento de formação do Mercosul, apenas o Brasil apresentava uma legislação especial destinada à tutela dos consumidores, a Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor (CDC), apesar de alguns dos outros países integrantes do referido bloco apresentarem disposições constitucionais sobre o assunto, não conferiam uma proteção específica ao consumidor.

O Protocolo de Buenos Aires sobre jurisdição internacional em matéria contratual, firmado no dia 05 de agosto de 1994 e oriundo da Decisão CMC nº 1/1994, a despeito de apresentar dispositivos importantes que intentam garantir a uniformidade das decisões judiciais, a partir da elaboração de normas comuns sobre a jurisdição internacional em matéria contratual, não se aplica aos contratos consumeristas, conforme os artigos 2º e art. 6º. Um dos principais pontos desse protocolo consiste justamente na aplicação do princípio da autonomia da vontade para a eleição de foro antes, durante ou depois da celebração dos contratos, o que seria extremamente interessante aos consumidores turistas, porém o art. 5º restringe essa possibilidade aos instrumentos contratuais cíveis ou comerciais.<sup>165</sup>

O Protocolo de Ouro Preto sobre Medidas Cautelares, adotado conforme a Decisão n.º 27 de 16 de dezembro de 1994, objetivava unificar as normas sobre a circulação de medidas cautelares entre os Estados integrantes do Mercosul, instituindo um procedimento simples e

---

<sup>165</sup> CÁRDENAS, Sara L. Feldstein. Jurisdicción internacional em matéria contractual. *In*: ALTERINI, Atilio Aníbal (org.). **El sistema jurídico en el Mercosur**. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1995. p. 35.

ágil. No entanto, no artigo 1º, o citado documento menciona a sua aplicação aos processos ordinários, de execução, especiais ou extraordinários, de natureza civil, comercial, trabalhista e penal, outrossim, observa-se que o procedimento não foi idealizado especificamente com o intento de promover a maior proteção do consumidor.<sup>166</sup>

O Protocolo de Las Leñas, firmado em 27 de julho de 1992, no Vale de Las Leñas, na Argentina, aprovado no Brasil no Brasil, mediante o Decreto Legislativo n.º 55/95, e promulgado pelo Decreto n.º 2.067/96, consiste no mais relevante tratado em termos de colaboração processual em matéria cível, comercial, trabalhista e administrativa, complementando o Protocolo de Medidas Cautelares de Ouro Preto, porém não inclui as relações de consumo no seu âmbito de aplicação. No entanto, faz-se necessário analisar alguns dispositivos importantes, que representaram avanços em termos de cooperação jurisdicional.

O Protocolo de Las Leñas determinou, no artigo 2º, a instituição da figura da Autoridade Central, por parte do Estado, incumbida de receber e dar andamento aos pedidos de assistência jurisdicional, devendo comunicar-se diretamente entre si, o que favoreceu a cooperação jurídica de atividades de simples trâmite e probatórias, ao oportunizar que a transmissão ocorresse da mesma maneira e através do mesmo canal. No artigo 3º, o protocolo conferiu um tratamento processual isonômico entre os nacionais e estrangeiros, assim como garantiu o livre acesso à jurisdição para a defesa dos respectivos direitos e interesses.

Destarte, a igualdade de tratamento oportunizou que as normas internas de cada Estado membro, que determinem o benefício da assistência judiciária a seus nacionais, possam ser estendidas aos demais indivíduos de origem mercosulina, sendo proibida a cobrança de qualquer caução ou depósito para o acesso à justiça, conforme previsão do artigo 4º. Destaque-se que foi instituído neste documento o sistema de carta rogatórias como o meio cabível para o atendimento de medidas de simples trâmite probatórias, assim como para o reconhecimento e execução de sentenças e de laudos arbitrais e o fornecimento de informações sobre o direito estrangeiro, tornando o trâmite mais simplificado no âmbito do Mercosul.<sup>167</sup>

É importante mencionar que parte da doutrina compreende que o Protocolo de Ouro Preto sobre Medidas Cautelares e o Protocolo de Las Leñas podem ser aplicados ao Direito do Consumidor.<sup>168</sup> Esses documentos propiciam uma comunicação mais célere e efetiva entre os

---

<sup>166</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 427.

<sup>167</sup> ARAÚJO, Nadia de. Medidas de cooperação interjurisdicional no Mercosul. **Revista de Processo**, São Paulo, ano 05, v. 123, p. 77-113, maio 2005.

<sup>168</sup> KLAUSNER, Eduardo Antonio. **Direitos do consumidor no MERCOSUL e na União Europeia**: acesso e efetividade. Curitiba: Juruá, 2006. p. 184.

Estados, o que beneficia os consumidores turistas, pois vivenciam imbróglios em um país estrangeiro, o que demanda uma solução mais rápida, em decorrência do curto período de tempo em que permanecem no local visitado.

No entanto, esses protocolos não foram editados especificamente com o objetivo de tutelar os interesses dos consumidores, deixando de observar, portanto, peculiaridades importantes das relações de consumo transfronteiriças, quais sejam: a vulnerabilidade dos turistas; a complexidade e o custo das lides internacionais; o fato de os sujeitos encontrarem-se em Estado com normas protetivas distintas; o pequeno valor, muitas vezes, envolvido em tais conflitos; o curto período que o indivíduo permanece no território estrangeiro; as barreiras linguísticas.<sup>169</sup> Dessa forma, muitos consumidores turistas deixam de buscar a proteção dos seus interesses, mormente quanto às pequenas causas, em decorrência da inexistência de um mecanismo de integração que possibilite uma maior simplicidade para solver tais situações.

Nesse viés, observando as particularidades da relação de consumo internacional, cumpre destacar que surgiu na doutrina a proposta de uma integração processual entre os Estados-membros do Mercosul, capaz de solver os litígios transfronteiriços de pequena quantia, envolvendo os turistas. Destarte, inspirando-se no Regulamento (CE) 861/2007, que criou o processo europeu de escassa quantia, assim como na proposta norte-americana para a Sétima Conferência Interamericana de Direito Internacional Privado (CIDIP VII), propôs-se a criação de uma cooperação entre os juizados especiais no âmbito do Mercado Comum do Sul, com o intuito de promover uma solução mais célere e efetiva para os conflitos transfronteiriços que envolvem turistas.<sup>170</sup>

### 5.3.2 A Era da Esperança

Inaugura-se, no período do ano de 1991 a 1994, “a era da esperança”<sup>171</sup>, considerada uma época de transformação, pois empreendem-se esforços para a elaboração de uma legislação comum que abarque pautas mínimas para a defesa do consumidor. No mês de abril de 1993, o subgrupo 10 do GMC instituiu a Comissão de Estudos de Direito do Consumidor, com o intuito

---

<sup>169</sup> MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de direito internacional privado: Da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a Lei Aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (org.). **Coleção Doutrinas Essenciais: Consumidor**. vol. II. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 1097-1157.

<sup>170</sup> VIEIRA, Luciane Klein. **Protección Internacional del consumidor**: Procesos de escassa cuantía em los litígios transfronteirizos. Buenos Aires: BdeF, 2013. p. 215-218.

<sup>171</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Consumer Protection Policy in Mercosur: na Evaluation. *In*: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). **L'intégration économique régionale et la protection du consommateur**. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 368-375.

de harmonizar a legislação dos países do bloco econômico, a partir da elaboração de uma proposta de pautas básicas de defesa do consumidor no Mercosul. Assim, objetivava-se a construção de normas mínimas exemplificativas, que não revogariam as já existentes, porém essa proposta não logrou êxito, principalmente em virtude de apenas o Brasil, naquele momento, dispor de uma legislação específica de defesa do consumidor, o que prejudicou o intento de harmonização.<sup>172</sup>

Nesse mesmo ano, a Argentina promulgou uma legislação específica de proteção ao consumidor, a Lei n.º 24.240, menos rígida que a Lei n.º 8.078/90, brasileira, bem como, na reforma constitucional promovida em 1994, inseriu a mencionada tutela no art. 42 do texto constitucional, dando prosseguimento à salvaguarda dos direitos consumeristas no âmbito do Mercosul. Nesse período, verifica-se que a proteção consumerista não se constituiu uma prioridade no referido bloco econômico, sendo apenas pautada indiretamente pelas Resoluções do GMC e demais documentos acima citados.

### 5.3.3 A Era de Ouro

O Protocolo de Ouro Preto ampliou o quadro institucional do Mercosul, conferindo-lhe contornos definitivos, o que oportunizou o avanço da proteção ao consumidor de uma “era de esperança” para uma “era de ouro”<sup>173</sup>, que ocorreu no período de 1994 a 1997, sendo considerada o ápice da política do consumidor no Mercosul. No dia 15 de fevereiro de 1995, a partir dos estudos do subgrupo 10 do GMC, a Comissão de Estudos do GMC transformou-se no Comitê Técnico (CT) n. 7, vinculado ao Conselho do Mercado Comum, com o intuito de tratar acerca da defesa do consumidor, bem como de promover a gradativa harmonização das legislações específicas de proteção ao consumidor, mesmo diante das dificuldades enfrentadas em virtude das distinções entre a proteção interna dos países integrantes do Mercosul, assim como nas negociações entre estes.

Nessa época, estabeleceu-se a Resolução Mercosul/GMC 126/1994, regra de direito internacional privado, que determinou ser aplicável a legislação do Estado no qual a relação de consumo se concretizar, bem como ressaltou a vulnerabilidade do consumidor, mencionando que a harmonização da legislação protetiva deveria se pautar na legislação mais avançada, ou

---

<sup>172</sup> JACYNTHO, Patrícia Helena de Avilla; ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo. **A proteção contratual ao consumidor no Mercosul**. Campinas: Editora Interlex, 2001. p. 93.

<sup>173</sup> MARQUES, Claudia Lima. Consumer Protection Policy in Mercosur: na Evaluation. In: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). **L'intégration économique régionale et la protection du consommateur**. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 368-375.

seja, a brasileira. No entanto, constata-se entendimento doutrinário que aponta falhas na mencionada resolução, pois esta não protegeria o consumidor turista ao retornar para o seu país originário, do mesmo modo não salvaguardaria os direitos desses sujeitos, quando se encontrassem diante do comércio eletrônico ou das contratações à distância, assim como nas hipóteses em que a relação de consumo se concretizasse em Estado estrangeiro.

Nessa etapa, foram firmados outros documentos acerca de temas importantes para a harmonização do direito do consumidor. Na reunião de 1996, do Conselho Comum do Mercosul, foram aprovadas mais cinco Resoluções de n.º 123 a 127/1996 que fundamentaram o Projeto de Regulamento Comum, porém a sua entrada em vigor encontrava-se condicionada à plena harmonização proposta pelo projeto acima mencionado. A Resolução GMC 123/1996 conceituava o consumidor *standard* e equiparado, o fornecedor, a relação de consumo e o produto e o serviço na esfera do Mercosul.

A Resolução GMC 124/1996 tratava acerca dos direitos básicos do consumidor, inspirando-se no teor da Carta Europeia dos Direitos do Consumidor e na Resolução da ONU sobre o assunto. O rol de direitos previsto na citada resolução se assemelha muito ao estipulado no art. 6º do CDC, diferenciando-se apenas por não mencionar a inversão do ônus da prova e por incluir o direito de associação em organizações, com o intento de defender os consumidores. Esse contexto se constituía benéfico ao consumidor turista brasileiro, pois gozaria de quase todos os direitos básicos constantes da legislação interna. As Resoluções GMC 125/96, 126/96 e 127/96 abordaram respectivamente a saúde e a segurança do consumidor, a publicidade e a garantia dos produtos e serviços ofertados no mercado de consumo.

O Projeto de Regulamento Comum, após aprovado, deveria ser incorporado ao ordenamento jurídico interno dos países, de modo que extrapolava o intento de harmonização, caracterizando-se como verdadeira norma de unificação. Em tese, a uniformização mencionada beneficiaria duplamente o turista, pois a mesma norma protegeria os seus direitos em todos os Estados-membros do Mercosul, o que também ensejaria maior segurança jurídica aos fornecedores, que poderiam estudar a possibilidade de ingressar no mercado de consumo dos demais países do bloco, estimulando a concorrência e, inclusive, o melhor custo para o consumidor turista.<sup>174</sup>

Ocorre que o referido projeto foi rejeitado, pois a unificação proposta objetivava a constituição de um novo Código de Defesa do Consumidor, que vigoraria em todos os Estados-membros do Mercosul, o que seria extremamente prejudicial aos países que apresentavam

---

<sup>174</sup> DOLINGER, Jacob. **Direito Internacional Privado**: Parte Geral. 3.ed. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 1994. p. 31-37.

legislação interna mais protetiva ao consumidor, a exemplo do Brasil e da Argentina. Desse modo, a própria delegação Brasileira se opôs ao projeto, para evitar que os consumidores fossem privados de importantes garantias.<sup>175</sup> A aprovação dessa proposta significaria uma revogação de inúmeras normas do Código de Defesa do Consumidor, considerando que a Lei 8.078/90 apresenta uma maior proteção que a dos demais países.

Neste sentido, os consumidores brasileiros seriam altamente prejudicados e teriam direitos e garantias importantes consagradas no âmbito legislativo, doutrinário e jurisprudencial retirados. Essa situação, inclusive, também interferiria na postura dos fornecedores nacionais, pois, diante da flexibilização da tutela, poderiam reduzir a qualidade dos bens ofertados. Não se pode olvidar que o Mercosul não pode ser utilizado como argumento para que os direitos fundamentais dos sujeitos sejam minados.<sup>176</sup> Dessa forma, o bloco citado deve buscar o fortalecimento da democracia, a proteção e a melhoria na qualidade de vida do cidadão. Conforme Gabriel Stiglitz, o que se almeja é que “a economia e o mercado não diluam o direito e o homem. Que o moderno seja a solidariedade e não o individualismo. Este é o verdadeiro mundo desenvolvido”.<sup>177</sup>

O mencionado protocolo apresenta 53 normas de direito civil ou consumidor, versando acerca do conceito de consumidor, da relação de consumo, da oferta, da publicidade, da segurança dos bens, da garantia contratual, das práticas abusivas, dos contratos de adesão etc. No entanto, faz-se necessário analisar o seu teor para melhor compreender a sua inconveniência. Os artigos 1º e 2º determinam como âmbito de aplicação todos os países integrantes do Mercosul, de modo que tal documento deveria regular todas as relações de consumo ocorridas nessa região, o que seria prejudicial em países com legislação mais avançada. O protocolo, no art. 5º, restringe o conceito de consumidor ao contratante, estabelecendo como elemento essencial o vínculo obrigacional de aquisição ou utilização do produto ou serviço, não contemplando os consumidores equiparados e os terceiros não contratantes, protegidos pelo ordenamento jurídico brasileiro.

O art. 8º do citado protocolo suprime os seguintes direitos básicos garantidos pela Lei 8.078/90: direito à informação geral acerca dos riscos apresentados pelos produtos e serviços previsto no art. 6º, inciso III, do CDC; proteção contra a publicidade abusiva, garantida no art.

---

<sup>175</sup> JACYNTHO, Patrícia Helena de Avilla; ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo. **A proteção contratual ao consumidor no Mercosul**. Campinas: Editora Interlex, 2001. p. 94.

<sup>176</sup> FELLOUS, Beyla Esther. As iniciativas de proteção do consumidor no âmbito do Mercosul. *In*: AMARAL JÚNIOR, Alberto do (coord.). **Direito do Comércio Internacional**. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002, p. 281-300.

<sup>177</sup> STIGLITZ, Gabriel. Modificaciones a la Ley Argentina de Defensa del Consumidor y su influencia en el MERCOSUR. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 99, v. 29, p. 9-20, jan./mar. 1999.

6º, inciso IV, do CDC; proteção contra todas as cláusulas abusivas, não somente as previstas nos contratos de adesão, conforme o art. 6º, inciso IV; direito à alteração de cláusulas que lesem o consumidor, em consonância com o art. 6º, inciso V, do CDC; direito à efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais e coletivos, de acordo com o art. 6º, inciso VI, do CDC, bem como direito de facilitação da defesa dos consumidores, em conformidade com o art. 6º, inciso VIII, do CDC. Além disso, os artigos 9º e 19 do Protocolo invalidariam os arts. 8º, 9º e 10 do CDC, privando o consumidor brasileiro do direito à garantia de todos os produtos e serviços.

No que concerne à oferta, verifica-se que se constitui irretratável, conforme os artigos 30 e 35 da Lei n.º 8.078/90, porém o artigo 15 do Protocolo garante a sua revogabilidade, de modo que se o fornecedor não apresentar um prazo para a proposta, esta durará apenas um dia útil e perderá a sua validade no dia seguinte. Ademais, o artigo 18 do citado Protocolo inverte o ônus da prova para o consumidor, nos casos em que tenha que comprovar a utilização de informação ou de determinada publicidade, assim como revoga o art. 34 do CDC, suprimindo a vinculação das ofertas e informações prestadas pelos fornecedores.

Conforme os artigos 27 e 28 do Protocolo, o art. 40, §§2º e 3º do CDC seriam revogados, pois o dever de elaborar e viabilizar o orçamento apenas será imposto quando corresponder à natureza do serviço, porém a Lei n.º 8.078/90 estabelece como um dever genérico. O art. 47 da Lei n.º 8.078/90 determina que a interpretação a favor do consumidor de todas as cláusulas, em qualquer contrato consumerista, enquanto o artigo 39 do Protocolo apenas prevê essa interpretação favorável nos casos de contrato de adesão.

O art. 54, §2º do CDC considera a cláusula resolutória abusiva, porém os artigos 41 e 45 do Protocolo permitem a estipulação dessa espécie de disposição nos contratos de adesão. Destarte, verificam-se retrocessos inadmissíveis ao consumidor brasileiro e, conseqüentemente, aos turistas. Inclusive, segundo parte da doutrina, a recepção desse Protocolo pelo ordenamento jurídico brasileiro poderia ser considerada inconstitucional, tendo em vista que a defesa do consumidor é matéria de ordem pública, princípio da ordem econômica e direito individual constitucional indeclinável, de modo que a sua redução é inconcebível.<sup>178</sup>

No entanto, apesar de ter sido assinado e aprovado inicialmente pelo Ministério de Justiça brasileiro, durante a XXV Reunião da CCM, realizada nos dias 9 e 10 de dezembro de 1997, o Protocolo foi rechaçado, apontando que o ideal seria elaborar um paradigma de harmonização mínimo e efetivo, oportunizando ao Mercosul a possibilidade de conferir a

---

<sup>178</sup> FELLOUS, Beyla Esther. **Proteção do Consumidor no Mercosul e na União Europeia**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003, p. 198.



devida tutela a tais sujeitos.<sup>179</sup> Neste sentido, a imposição da norma de maior rigidez para todo o bloco poderia provocar efeitos econômicos prejudiciais aos fornecedores de países com proteção mais flexível e a imposição da lei menos rígida ensejaria um grande retrocesso às garantias do consumidor originário de Estados com uma proteção mais robusta, a exemplo do Brasil, tornando-se, inclusive uma inconstitucionalidade, diante da fundamentalidade dessa proteção no ordenamento jurídico brasileiro.

No ano de 1996, foi firmado o Protocolo de Santa Maria, que regulamentou a jurisdição internacional das relações de consumo entre os Estados-membros do Mercosul, restringindo o seu âmbito de aplicação aos contratos de compra e venda a prazo, ao fornecimento de bens móveis corpóreos e à prestação de serviços, excluindo os contratos de transporte, bem como os contratos financeiros não destinados à aquisição de bens e, além disso, não versava sobre os contratos eletrônicos. No entanto, esse protocolo foi criticado, especialmente pela doutrina argentina e brasileira, tendo em vista que abordava padrões máximos de harmonização das leis de defesa do consumidor, sem versar sobre o comércio internacional e promover estratégias processuais que efetivasse a tutela desse direito.<sup>180</sup>

Além disso, o aludido protocolo admite um conceito restrito de consumidor, furtando-se de proteger a modalidade equiparada, prestigiada pela legislação brasileira, bem como deixando de tutelar os interesses do consumidor ativo, como o turista, afirmando que a proposta deveria ser encaminhada ao domicílio do consumidor. Do mesmo modo, o citado documento excluía a proteção extracontratual do consumidor, a exemplo do caso dos acidentes de consumo e das responsabilidades pré e pós-contratuais. No entanto, o Protocolo de Santa Maria preceituava no seu art. 18 que a sua vigência se encontrava condicionada à aprovação do Protocolo de Defesa do Consumidor do Mercosul, o que não ocorreu, de modo que o citado documento não entrou em vigor.

### 5.3.4 A Era do Realismo

---

<sup>179</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Direitos do consumidor no Mercosul: algumas sugestões frente ao impasse. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 99, v. 32, p. 16-44, out./dez. 1999.

<sup>180</sup> ACIOLI, Carlos André Carvalho. A proteção internacional dos consumidores e os fundamentos da pós-modernidade: um estudo a partir da teoria de Erik Jayme. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 27, v. 120, p. 425-468, nov./dez. 2018.

Após a frustração do Projeto do Regulamento Comum e, em seguida, do Protocolo de Santa Maria, ingressou-se na intitulada “era do realismo”<sup>181</sup>, vigente no período de 1997 a 2000, momento em que se efetivou a revisão dos métodos de trabalho do CT n. 7, com o intento de promover uma harmonização mínima das legislações dos países integrantes do Mercosul. A unificação almejava a instituição de uma legislação comum para todos os Estados-membros do bloco, o que pode ser considerado um intento irrealizável. No entanto, a harmonização se constitui um procedimento mais realista, pois apresenta maior flexibilidade ao conciliar as legislações assimétricas dos países, mantendo as suas peculiaridades e respeitando a sua pluralidade, mas fixando pautas mínimas a serem aprofundadas e objetivos a serem galgados, outrossim, almeja-se que as ordens jurídicas internas se ajustem aos preceitos comuns da Justiça.<sup>182</sup>

Ressalte-se, inclusive, que o próprio Tratado de Assunção determina o comprometimento dos países integrantes do Mercosul em harmonizar suas legislações nas áreas pertinentes ao processo de integração, outrossim, aquelas que podem obstar o efetivo desenvolvimento do citado bloco econômico, a exemplo da proteção dos consumidores. Destarte, a harmonização no Mercosul deve ser realizada, conforme os princípios da Declaração Presidencial dos Direitos Fundamentais do Consumidor, eliminando ou reduzindo as disparidades entre as legislações dos países integrantes do bloco, favorecendo o aprimoramento do processo de integração. Ademais, conforme a Resolução n.º 126/94 do GMC, deve considerar a vulnerabilidade do consumidor, fundamentando-se nas legislações de maior padrão de proteção, ou seja, nos diplomas normativos argentino e brasileiro.

Nesse período, nos anos de 1998 e 1999, o Paraguai e o Uruguai aprovaram a legislação interna de proteção ao consumidor, respectivamente a Lei n.º 1.334/1998 (alterada posteriormente pela Lei n.º 2.340/2003) e a Lei n.º 17.189/1999 (substituída em seguida pela Lei n.º 17.250/2000), fundamentando-se no Projeto de Regulamento Comum não admitido, assim como nas leis brasileira e argentina e nas diretrizes da *Consumers International*.<sup>183</sup>

---

<sup>181</sup> MARQUES, Claudia Lima. Consumer Protection Policy in Mercosur: na Evaluation. In: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). *L'intégration économique régionale et la protection du consommateur*. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 369-383.

<sup>182</sup> STRENGER, Irineu. *Direito Internacional Privado*. 3.ed. ampl. São Paulo: Editora LTr, 1996. p. 31.

<sup>183</sup> A *Consumers International*, conhecida anteriormente como Organização Internacional de União de Consumidores (IOCU), foi fundada em 1960 por cinco organizações de consumidores dos EUA, Europa Ocidental e Austrália. Atualmente, é composta por mais de 250 organizações membros em 120 países. O intento dessa organização é permitir que os sujeitos de todo o mundo tenham acesso a produtos e serviços seguros e sustentáveis, defendendo os direitos dos consumidores no âmbito mundial, especialmente nos fóruns internacionais de formulação de políticas e no mercado global para garantir que eles sejam tratados de forma segura, justa e honesta. Disponível em: <https://www.consumersinternational.org/who-we-are/>. Acesso em: 28 ago. 2019.

Destaque-se que, nesse momento, ocorreu um retardamento no processo integracionista do Mercosul, em virtude das crises econômicas enfrentadas pelo Brasil e pela Argentina. No segundo semestre de 1998, os trabalhos do CT n.º 7 foram recobrados de forma mais acentuada, assim o citado Comitê sugeriu o debate de assuntos relacionados aos direitos básicos do consumidor, à publicidade, à proteção da saúde e da segurança desses sujeitos, para que posteriormente fosse concebida a harmonização de cada tema, porém essa proposta não obteve sucesso.

Em dezembro de 1998, aprovou-se a Resolução do GMC 42/98, ainda vigente, referente a garantia contratual e, em substituição à Resolução do GMC 127/96, tal documento estabelece que a garantia contratual deverá ser disponibilizada na versão escrita, na língua do país onde os produtos são comercializados e de modo padronizado para itens semelhantes. Ademais, nesse período, o citado Comitê transformou a Resolução Mercosul/GMC 126/1996 na Res. Mercosul/GMC 21/2004, que trata sobre o comércio eletrônico.

No dia 10 de dezembro de 1998, os presidentes dos citados países emitiram uma declaração comum, reconhecendo que a defesa do consumidor é um elemento indissociável do desenvolvimento econômico equilibrado do Mercosul. Neste sentido, comprometeram-se a definir um padrão mínimo de proteção aos consumidores, a ser assegurado através da harmonização legislativa quanto à proteção da saúde, da segurança, da informação, da educação, da reparação por danos sofridos e do acesso à justiça.

No primeiro semestre de 1999, constatou-se a ocorrência de apenas uma reunião presidida pelo Paraguai, e, em razão dos problemas políticos vivenciados por esse Estado, não se obteve um avanço efetivo sobre a proteção dos consumidores. No segundo semestre desse mesmo ano, realizaram-se duas reuniões presididas pelo Uruguai, momento em que se discutiu uma Declaração Presidencial sobre Princípios Gerais de Direitos Fundamentais, a ser firmada pelos respectivos Presidentes da República ainda em 1999. Dessa forma, o Mercosul iniciou a procura por novos métodos de trabalho comum que não afetassem as conquistas positivas consagradas no ordenamento jurídico interno dos países membros.

Nesta senda, na Reunião de Cúpula das Américas, em 15 de dezembro de 2000, foi veiculada uma manifestação presidencial conjunta, intitulada Declaração Presidencial dos Direitos Fundamentais dos Consumidores do Mercosul, com o intento de assegurar a eficácia das normas aprovadas e de reafirmar a proteção dos direitos básicos consumeristas.<sup>184</sup> O manifesto objetivava assegurar a transcendência dos direitos básicos e obrigatórios do

---

<sup>184</sup> GOMES, Joséli Fiorin. A Proteção do Consumidor no Mercosul e o Protocolo de Santa Maria: La trama y el desenlace. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 12, v. 82, p. 213-263, abr./jun. 2012.

consumidor, por serem classificados como fundamentais, assim como a sua aplicação progressiva, o que nortearia a harmonização. Destarte, objetivou-se instituir um “um código e plataforma comum de ação para os Estados-partes em matéria de proteção ao consumidor-cidadão do Mercosul”.<sup>185</sup>

### 5.3.5 A Era da Busca

Na “era da busca”<sup>186</sup>, ocorrida no período de 2000 a 2008, manteve-se o intuito de desenvolver um trabalho conjunto, preservando-se os avanços nacionais em termos de proteção ao consumidor, assim como garantindo-se a efetividade da legislação comum previamente aprovada. Em 2002, alterou-se o sistema de controvérsias do Mercosul, conforme o Protocolo de Olivos, instituindo-se o Tribunal Permanente de Revisão – TPR, responsável por manifestar opiniões consultivas que não vinculam e nem obrigam os Estados-partes, apenas auxiliam na uniformização da interpretação do direito no Mercosul.

No ano de 2003, a Argentina e o Paraguai sugeriram a utilização do Protocolo de Santa Maria como modelo para a Cidip VII da OEA e o Brasil propôs uma complementação que versasse sobre a lei aplicável à demanda consumerista. Em 2004, instituiu-se o Foro Permanente de Cortes Supremas do Mercosul, considerando-se que a proteção dos consumidores pelos tribunais nacionais se constituía um dos mais discutidos assuntos. Ademais, neste período, observa-se que foi firmando o Acordo Interinstitucional entre os Órgãos de Defesa do Consumidor nos Estados Parte do Mercosul para a Defesa do Consumidor Visitante, que representou um avanço na proteção do consumidor turista, fazendo-se necessário analisar de forma minudente este documento.<sup>187</sup>

No dia 03 de junho de 2004, firmou-se o Acordo interinstitucional de entendimento entre os órgãos de defesa do consumidor dos Estados-partes do Mercosul para a defesa do consumidor visitante. O objetivo deste documento consiste na formação de uma rede de cooperação entre os órgãos de defesa do consumidor dos países integrantes do bloco, com o intuito de garantir a tutela dos consumidores turistas e visitantes residentes em um dos Estados-

---

<sup>185</sup> FELLOUS, Beyla Esther. **Proteção do Consumidor no Mercosul e na União Europeia**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003. p. 210.

<sup>186</sup> MARQUES, Claudia Lima. Consumer Protection Policy in Mercosur: na Evaluation. In: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). **L'intégration économique régionale et la protection du consommateur**. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 370-387.

<sup>187</sup> GOMES, Joséli Fiorin. A Proteção do Consumidor no Mercosul e o Protocolo de Santa Maria: La trama y el desenlace. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 12, v. 82, p. 213-263, abr./jun. 2012.

membros do Mercosul, de forma célere e efetiva, evitando a necessidade de recorrer ao Judiciário.<sup>188</sup>

No artigo 3º, assegura-se a informação e assessoramento dos consumidores acerca dos seus direitos, especialmente daqueles relacionados aos produtos e serviços adquiridos durante a estada em Estado-Parte distinto do seu domicílio; a criação de mecanismos de informação recíproca aos consumidores a respeito das denúncias e reclamações formuladas com base no mencionado acordo; assim como a instituição de instrumentos ágeis e eficazes que oportunizem a resolução dos conflitos que ocorram durante a estadia do consumidor, de acordo com as normas e procedimentos do país anfitrião. No artigo 4º, menciona-se a necessidade de promover o citado acordo nos órgãos locais de defesa do consumidor dos Estados-Partes, justamente com o intuito de garantir a sua implementação.

Os países integrantes do Mercosul têm analisado os resultados do Acordo interinstitucional de entendimento entre os órgãos de defesa do consumidor dos Estados-partes do Mercosul para a defesa do consumidor visitante, nas reuniões do CT n.º 7. Inclusive, na reunião realizada em 2012, decidiu-se dar início à fase de implementação do Projeto Piloto de Atenção ao Consumidor Turista e Visitante, que conta com a participação da Argentina (Buenos Aires), Brasil (Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre), Uruguai (Montevidéu e Punta del Este) e Venezuela (Estado Vargas e Caracas).

Destarte, implantaram-se nos órgãos de defesa do consumidor de cada Estado, o formulário padrão bilíngue, também disponível no sítio eletrônico das entidades participantes, que deve ser preenchido pelo turista que enfrentar algum problema consumerista durante a estadia no país visitante. Desse modo, o órgão de proteção do consumidor do local onde o imbróglgio ocorreu, assim como aquele do domicílio do consumidor devem manter contato até que a situação seja solvida, criando uma relevante rede de informações.<sup>189</sup> No ano de 2013, inclusive, foi instalado o Comitê Técnico de Consumo e Turismo, um painel de profissionais relacionados ao turismo que deve elaborar um projeto para solucionar os conflitos de consumo, reforçando a intenção do supracitado acordo.<sup>190</sup>

A intenção do projeto se constitui em evitar a judicialização dos conflitos, resolvendo-os em instância administrativa, com uma conciliação imediata entre as partes envolvidas. A

---

<sup>188</sup> SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O consumidor turista estrangeiro no mundo: a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 16, v. 107, p. 243-290, set./out. 2016.

<sup>189</sup> Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/mercosul-1/estudo-comparativo>. Acesso em: 7 fev. 2019.

<sup>190</sup> Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/3073-comite-vai-diminuir-conflitos-de-consumo-em-turismo.html>. Acesso em: 7 fev. 2019.

adoção desse sistema oportunizaria a assistência constante ao turista, mesmo diante do retorno para o seu país de origem, justamente em virtude da integração entre os órgãos de defesa e proteção do consumidor. No entanto, apesar da relevância do citado acordo, constata-se certa morosidade na implementação das suas etapas nos encontros do Comitê. A última reunião oficial foi realizada em Brasília, nos dias 09 e 10 de novembro de 2017, e apenas mencionou-se que continuarão empreendendo esforços para a completa implementação do mencionado pacto. Contudo, a efetivação desse projeto se constitui de enorme relevância, principalmente para que o mecanismo de cooperação administrativa seja disponibilizado aos turistas consumidores de todos os Estados-membros.<sup>191</sup>

### 5.3.6 Estágio Atual

No que concerne à etapa hodierna da proteção do consumidor turista no Mercosul, tópico em que serão analisados os avanços obtidos desde 2009 até o presente ano, faz-se mister examinar o Acordo Modificativo do Acordo para a Concessão de um Prazo de 90 (noventa) dias aos Turistas Nacionais dos Estados Partes do Mercosul e Estados Associados e o Acordo sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo, documentos responsáveis respectivamente por impulsionar o turismo e propor regras para definir o direito aplicável nas situações que envolvem contratos internacionais de consumo, como no caso do consumidor turista.

#### 5.3.6.1 O Acordo Modificativo do Acordo para a Concessão de um Prazo de 90 (noventa) dias aos Turistas Nacionais dos Estados Partes do Mercosul e Estados Associados.

O Acordo Mercosul/RMI, de n.º 3/06, aprovado no Brasil pelo Decreto Legislativo n.º 648 de 2009, permitia aos sujeitos residentes nos Estados-membros permanecer nos demais países, pelo prazo máximo de 90 dias, no caso de viagens turísticas. No entanto, no dia 16 de dezembro de 2014, foi assinado o Acordo Modificativo do Acordo para a Concessão de um Prazo de 90 (noventa) dias aos Turistas Nacionais dos Estados Partes do Mercosul e Estados Associados, cujo intento consistia em proporcionar uma maior mobilidade dos cidadãos da região, ao alterar o artigo 1º do Acordo n.º 3/06, permitindo a prorrogação do prazo de 90

---

<sup>191</sup> VIEIRA, Luciane Klein. La circulación internacional del consumidor turista: los avances en el Mercosur y en la Conferencia de La Haya de Derecho Interno Privado. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 18, v. 116, p. 411-431, mar./abr. 2018.

(noventa) dias, por um período semelhante junto aos Organismos competentes sem haver a necessidade de abandonar o território.<sup>192</sup>

Destarte, observa-se que o citado documento incentiva a integração econômica, ao fomentar a maior aproximação dos cidadãos dos Estados-membros e a o aumento na frequência de circulação de pessoas na área do Mercosul. Esse contexto de facilitação do turismo confere um caráter de maior urgência à proteção do consumidor turista no âmbito do bloco econômico e dos respectivos Estados-membros.

#### 5.3.6.2 O Acordo sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo.

Nos dias 18 e 19 de agosto de 2010, na LXIII Reunião Ordinária do Comitê Técnico 7, realizada no Rio de Janeiro, aprovou-se o projeto de Resolução do GMC sobre Direito aplicável aos Contratos Internacionais de Consumo apresentado pela delegação brasileira, com base no teor da proposta brasileira apresentada para a Sétima Conferência de Direito Internacional Privado (CIDIP VII), em face da Organização dos Estados Americanos (OEA), assim como na experiência europeia. No entanto, em 22 de setembro de 2011, na CXXII Reunião Ordinária da CCM, propôs-se um Projeto de Acordo sobre Direito Aplicável em matéria de Contratos Internacionais de Consumo, abandonando-se o projeto inicial de resolução do GMC.

No dia 18 de outubro de 2012, na LXXXIX reunião del GMC, realizada em Cuiabá, elaborou-se a Proposta de Decisão do CMC 15/2012 sobre o Acordo do Mercosul sobre Direito Aplicável em matéria de Contratos Internacionais de Consumo. Na XLIV Reunião Ordinária, realizada em 06 de dezembro de 2012, em Brasília, não se constataram avanços quanto ao citado projeto, porém na LXXIV Reunião do CT n.º 7, ocorrida, nos dias 17 e 18 de junho de 2013, em Montevideo, concordou-se em dar continuidade ao citado projeto, justamente em decorrência da sua relevância.

No dia 21 de dezembro de 2017, assinou-se o Acordo do Mercosul sobre Direito aplicável em matéria de contratos internacionais de consumo, de importância imensurável para a proteção do consumidor turista. Este documento almeja harmonizar a resolução dos imbróglios referentes ao consumo internacional, com o intuito de conferir uma adequada proteção ao consumidor, em conformidade com as Resoluções A/RES/39/248 e A/RES/70/186

---

<sup>192</sup> SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 82. ano 21. p. 113-175. São Paulo: Editora RT. abr.-jun. 2012.

da Assembleia Geral da ONU, assim como de promover o desenvolvimento do comércio regional.

No artigo 1º, define-se o objetivo do Acordo que consiste justamente em determinar o direito aplicável em matéria de contratos internacionais de consumo celebrados no Mercosul. As definições de consumidor, fornecedor, contrato internacional de consumo, local de celebração e domicílio encontram-se previstas no artigo 2º e as exceções ao âmbito de aplicação do Acordo constam no artigo 3º. Faz-se necessário compreender os conceitos de local de celebração e domicílio do consumidor para, posteriormente, analisar o direito aplicável em cada caso. O local de celebração, no caso de contratos de consumo, à distância é o domicílio do consumidor e, nos contratos que não sejam à distância, compreende-se como local de celebração aquele onde o consumidor e o fornecedor se encontram fisicamente para a celebração do contrato. O domicílio do consumidor é aquele informado ao fornecedor no momento da celebração contratual.

No que concerne aos contratos celebrados pelo consumidor no Estado de seu domicílio, como na hipótese do comércio eletrônico, as partes podem optar pelo direito do domicílio do consumidor, do local de celebração ou de cumprimento do contrato ou da sede do fornecedor dos produtos ou serviços, desde que seja mais favorável ao consumidor, conforme o artigo 4º do acordo em análise. Destaque-se que, caso inexista escolha válida, o contrato será regido pelo direito do domicílio do consumidor.

No que tange aos contratos celebrados pelo consumidor estando fora de seu domicílio, como no turismo, abordado neste trabalho, esse acordo prevê, no artigo 5º, a possibilidade de as partes escolherem o direito do local da celebração ou de cumprimento do contrato ou o local do domicílio do consumidor, desde que mais favorável ao consumidor. No caso de ausência de escolha válida, o contrato será regido pelo direito do local de celebração. A escolha do direito aplicável, conforme o artigo 6º, deve ser expressa e por escrito, reconhecida e consentida. Ademais, determina-se que os contratos de viagem cujo cumprimento ocorra fora do Estado de domicílio do consumidor serão regulados pelo direito do domicílio do consumidor. Assim sendo, é importante destacar que esse acordo garante novos direitos aos consumidores, como os de informação no mundo digital, assim como regula os contratos à distância, os contratos com turistas e os de viagem e turismo.

Faz-se necessário destacar a importância de analisar a repercussão prática desse acordo. A possibilidade de as partes elegerem o direito aplicável, desde que mais favorável ao consumidor, prestigia a autonomia da vontade e, em tese, beneficia os consumidores. No entanto, é importante se atentar ao fato de que, na prática, para realizar essa escolha, os sujeitos



teriam que efetuar um estudo profícuo das legislações dos Estados-Partes para compreenderem qual apresentaria dispositivos mais protetivos aos consumidores.

Além da dificuldade de compreensão de determinados institutos jurídicos, tais como a responsabilidade civil, a barreira linguística também se constituiria um obstáculo aos consumidores, pois as leis dos países integrantes do Mercosul, à exceção do Brasil, foram redigidas em espanhol. Ressalte-se, ainda, que caso o sujeito realize uma escolha inválida, o que é provável diante das circunstâncias acima elencadas, o contrato será regido pelo direito do local de celebração, situação que pode prejudicar sobremaneira o consumidor.

Os países integrantes do Mercosul apresentam normas parecidas de proteção ao consumidor, porém não harmonizadas ou unificadas, haja vista as particularidades de cada ordenamento jurídico. Inclusive, sabe-se que a proposta de unificação não logrou êxito anteriormente, justamente em decorrência dessas peculiaridades. Desse modo, apesar das dificuldades acima relatadas, o Acordo sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo se configura uma solução extremamente pertinente para a proteção do turista no Mercosul, pois confere a tais sujeitos a possibilidade de se beneficiar da legislação mais protetiva que esteja relacionada à relação de consumo internacional, seja a do local da celebração, do cumprimento do contrato ou do seu domicílio.

Esse documento favorece os consumidores da região, sejam oriundos dos países integrantes do Mercosul, ou mesmo dos associados, na hipótese de aderirem ao acordo, conforme o art. 10 do Acordo, no entanto, é preciso refletir sobre as dificuldades práticas relatadas, com o intuito de aprimorar a aplicação do citado acordo, de inegável importância para a proteção do consumidor turista. No momento, os Estados estão internalizando o Acordo, porém é importante mencionar que os juízes brasileiros podem aplicá-lo desde já, com base no art. 7º do CDC.<sup>193</sup>

Nesse viés, a despeito da possibilidade de aplicação com base no art. 7º do CDC, entende-se ser importante a aprovação do Projeto de Lei n.º 6533/2016 proposto pelo Deputado Lobbe Neto, apensado ao PL n.º 3514/2015, que determina a aplicação da lei mais favorável ao consumidor, nos casos de transações internacionais. Ademais, altera o Decreto-lei n.º 4.657 de 1942, conhecido como Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro (LINDB), acrescentando o §3º ao 9º, passando a prever que no que concerne às relações de consumo, deverá ser aplicada a lei mais favorável aos interesses do consumidor dentre as que tiverem conexão com o caso,

---

<sup>193</sup> MARQUES, Claudia Lima. Lei Mais Favorável ao Consumidor e o Acordo do Mercosul sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo de 2017. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 19, v. 121, p. 419-457, jan./fev. 2019.

seja integrante do ordenamento normativo brasileiro, estrangeiro ou de tratados ou convenções internacionais.

Essa alteração se constitui crucial justamente para consagrar normativamente no ordenamento jurídico brasileiro o Acordo sobre o Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo, já aprovado no âmbito do Mercosul. Observa-se que a Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro foi concebida em 1942, quando o cenário socioeconômico ainda não abrangia de forma tão impactante o comércio internacional. Dessa forma, o art. 9º, §2º, da intitulada LINDB aponta como legislação aplicável aos contratos à distância aquela do lugar de residência do proponente. Ocorre que, conforme prevê o art. 30 do CDC, o proponente dos contratos de consumo internacionais é o fornecedor, o que evidentemente prejudica o consumidor.

A aprovação e sanção do Projeto de Lei mencionado garante a possibilidade de aplicação da teoria do Diálogo das Fontes no plano internacional, permitindo a aplicação da lei mais protetiva ao consumidor, independentemente do local onde foi concebida, desde que apresente conexão com o caso. Destaque-se que a própria *International Law Association* previu na Resolução n.º 04/2012, no 75º Congresso de Direito Internacional, o princípio da proteção mais favorável ao consumidor.

#### 5.3.6.3 A Proposta de Instituição de um Procedimento de Resolução dos Litígios Transfronteiriços de Pequena Quantia no Mercosul

O Mercosul apresenta alguns documentos processuais importantes, como o Protocolo de Las Leñas e o Protocolo de Ouro Preto, porém esses instrumentos não disciplinam especificamente as relações de consumo internacional, que se expandiram principalmente em decorrência do turismo regional. Neste sentido, torna-se necessário elaborar um sistema simplificado que auxilie na resolução eficaz, célere e pouco custosa das lides, garantindo a proteção dos consumidores turistas.

A proposta de instituição de um procedimento de resolução dos litígios transfronteiriços de pequena quantia no Mercosul, idealizada por Luciane Klein, se inspira no Regulamento (CE) 861/2007, que criou o processo europeu de escassa quantia, assim como na Proposta Norte-Americana para a Sétima Conferência Interamericana de Direito Internacional

Privado (CIDIP VII) e intenta promover a cooperação entre os Juizados Especiais dos países integrantes do Mercosul.<sup>194</sup>

No que concerne ao âmbito de aplicação, esse sistema abarca as relações internacionais de consumo que não extrapolem a quantia previamente determinada, a partir de um consenso entre os países integrantes do Mercosul. No que se refere ao direito aplicável, sugere-se a observância aos dispositivos do Acordo sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo, referido acima. No que tange à competência internacional, compreende-se que o documento que instituir esse sistema necessita prever normas claras acerca do juiz competente para solucionar os litígios transfronteiriços. Neste aspecto, sugere-se como alicerce o Protocolo de Santa Maria, que, apesar de não se encontrar em vigor, pode servir de fonte de inspiração.<sup>195</sup>

O Protocolo estabelece, como regra geral, a competência ao juiz do local do domicílio do consumidor, evitando que a lide seja apreciada em país distinto de onde o sujeito reside, o que dificultaria o seu acesso à justiça. No entanto, o documento prevê a possibilidade de jurisdições alternativas, como o local de celebração de contrato; o local de cumprimento da prestação de serviço ou da entrega do bem; o local do domicílio do demandado, desde que apresentem vínculos com a relação de consumo. A despeito de corroborar com os termos do documento citado, compreende-se ser importante permitir que o consumidor proponha a ação no juizado do país que propicie efeitos mais favoráveis ao sujeito, seja em decorrência da proximidade da sua residência, seja por ser regido por uma legislação mais protetiva.

No que diz respeito ao procedimento, observa-se que a autora da proposta sugere a dispensa do advogado na fase cognitiva do processo, oportunizando que o próprio consumidor represente os seus interesses, com base no art. 10 do Regulamento CE nº 861/2007, medida que favorece o acesso à justiça dos sujeitos. No entanto, é imprescindível que os indivíduos sejam devidamente instruídos, pois litigarão com fornecedores, muitas vezes, amplamente amparados por causídicos. Quanto à apresentação da demanda, aconselha-se a utilização de formulários bilíngues disponíveis no sítio eletrônico dos órgãos ou associações de defesa do consumidor, assim como acessível de forma impressa na sede dos juizados. Outra vez, defende-se a importância de instruir o consumidor acerca do preenchimento dessas fichas e de questões

---

<sup>194</sup> VIEIRA, Luciane Klein. Una Nueva Propuesta para el Mercosur: el proceso mercosureño de menor cuantía para litígios transfronterizos de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 14, v. 92, p. 179-216, mar./abr, 2014.

<sup>195</sup> MARQUES, Cláudia Lima; DELALOYE, María Laura. La propuesta 'Buenos Aires' de Brasil, Argentina y Paraguai: El más reciente avance em el marco de la Cidip VII de protección de los consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 10, v. 73, p. 224-265, jan./mar. 2010.

processuais relevantes, à exemplo do que estabelece art. 11 e o art. 12.2 do Regulamento da União Europeia.

Neste sentido, o procedimento teria início com a apresentação do mencionado formulário pelo consumidor no juizado competente, devendo estar acompanhado de todos os documentos necessários. A autora da proposta sugere que as peças sejam encaminhadas através do e-mail ou fax, porém defende-se a inviabilidade desse sistema, inclusive no que concerne à contagem dos prazos processuais e organização dos documentos enviados. Dessa forma, sugere-se a criação de um sítio eletrônico integrado dos juzizados, onde as demandas seriam protocoladas, de modo que os sujeitos não precisariam se deslocar para tal finalidade.

Em seguida, após recebida a petição inicial, o juiz competente deverá apreciar a demanda e poderá inadmiti-la, caso o pedido ultrapasse o limite monetário determinado ou na hipótese de não se tratar de relação de consumo internacional, devendo o consumidor ser notificado dessa decisão recorrível. Diante do preenchimento do formulário de modo indevido, o juiz deverá notificar o demandante para realizar as complementações devidas, porém caso receba a demanda em conformidade com as exigências ou devidamente retificada, deverá notificar o demandado, através da secretaria do juizado ou através da internet, que terá o prazo máximo de 15 (quinze) dias para oferecer a defesa, devendo ser protocolada na secretaria do órgão ou através do sítio eletrônico proposto.

Após apreciar a defesa, o juiz pode agendar uma audiência ou emitir de imediato a decisão, caso entenda estarem reunidos os elementos probatórios satisfatórios para constituir a sua convicção, devendo notificar as partes acerca do provimento jurisdicional. Em relação à audiência, a autora do projeto sugere que as partes realizem os esclarecimentos por escrito ou, excepcionalmente, através da videoconferência. No entanto, é importante destacar que essa medida exige que os países ofereçam a estrutura necessária para que o sistema de vídeo seja implantado.

No que toca à sentença, observa-se que após ser proferida, deve ser concedido um prazo de 15 dias para que as partes recorram, momento em que seria necessário o auxílio de um advogado. A autora da proposta sugere a instituição de um tribunal de revisão especializado, justamente em razão das peculiaridades do procedimento e da necessidade de uma decisão mais célere e menos custosa. Destaca, ainda, que o processo deve ser integralmente gratuito, salvo na fase da execução, em que será possível a cobrança de custas judiciais, caso o direito interno autorize.

O processo de execução da sentença estrangeira proposto se inspira naquele adotado pela União Europeia. A autora da proposta sugere que a sentença estrangeira seja dirigida

através de um formulário para a Autoridade Central do país de origem, que deverá remetê-la imediatamente à Autoridade Central do país de execução, inclusive através do sítio eletrônico. A Autoridade Central do país de execução deverá apreciar formalmente o pedido e encaminhar a solicitação ao juiz competente que realizará o controle dos critérios de competência judicial, bem como verificará a pretensa ofensa à ordem pública do país onde se pleiteia a execução.

Após realizada a análise citada, o tribunal deve certificar a decisão no prazo máximo de 30 dias, concedendo diretamente o *exequatur* para que a sentença seja executada. A extensão dos efeitos das decisões judiciais estrangeiras além das fronteiras dos Estados onde são proferidas apresenta grande importância nos tempos hodiernos, justamente em decorrência do aumento das relações internacionais ocasionadas pelo turismo.<sup>196</sup>

#### 5.3.6.4 Acordo que prevê o fim da cobrança do Roaming Internacional no Mercosul

No dia 17 de julho de 2019, na 54ª Reunião da Cúpula do Mercosul, realizada em Santa Fé, o Brasil, o Paraguai, a Argentina e o Uruguai assinaram um acordo que determina o fim da cobrança de *roaming* telefônico internacional no âmbito do bloco regional. Neste sentido será encerrado o pagamento adicional pelo uso de serviços móveis, como dados ou telefonia, o que poderá beneficiar 200 milhões de usuários a partir de 2020.<sup>197</sup> Essa medida, certamente, representa um avanço na proteção dos consumidores turistas, uma vez que oportuniza o acesso aos serviços móveis, enquanto estiverem em outros países, sem maiores encargos.

Esse processo será coordenado pelos órgãos reguladores das telecomunicações de cada país, quais sejam: a Secretaria de Governo de Modernização e a Autoridade Nacional de Comunicações (Enacom) da Argentina, o Ministério da Ciência, Tecnologia e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) do Brasil, Ministério de Tecnologias da Informação e Comunicação (Conatel) do Paraguai e o Ministério da Indústria, Energia e Mineração e a Unidade Reguladora de Serviços de Comunicações (Ursec) do Uruguai.<sup>198</sup> No entanto, o acordo precisará ser ratificado pelos Parlamentos de cada país e, em seguida, passar por uma comissão que determinará a data de entrada em vigor e as supostas compensações às operadoras de telefonia.

---

<sup>196</sup> MOREIRA, José Carlos Barbosa. **Temas de Direito Processual**: Quarta Série. São Paulo: Saraiva, 1989. p. 245.

<sup>197</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/17/economia/1563379750\\_413614.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/17/economia/1563379750_413614.html). Acesso em: 18 jul. 2019.

<sup>198</sup> Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/last/2019/07/paises-do-mercosul-aprovam-fim-de-roaming-internacional/>. Acesso em: 18 jul. 2019.

## 6 CONCLUSÃO

Desenvolvida a presente Dissertação, em quatro capítulos, constatou-se que o problema inerente à elaboração de uma regulamentação jurídica que proteja devidamente o consumidor turista no âmbito do Mercosul existe no plano fático. O bloco regional, durante muito tempo, não empreendeu o esforço necessário para conferir uma efetiva tutela aos direitos desses sujeitos, conforme se concluiu a partir da pesquisa realizada. Neste sentido, no que concerne à hipótese formulada no início da investigação, verifica-se que a defesa dos consumidores turistas, na esfera do Mercado Comum do Sul, se evidencia ainda incipiente e insatisfatória. Faz-se mister ressaltar que o desenvolvimento do comércio internacional acentuou a vulnerabilidade desses sujeitos, de modo que a adoção de medidas protetivas a nível regional se tornou imperiosa.

O Projeto de Regulação Comum, espécie de Código de Defesa do Consumidor do Mercosul, a despeito de apresentar aspectos benéficos para o turista, em razão de garantir a unificação das normas em toda a região, seria extremamente prejudicial aos sujeitos oriundos dos países mais avançados em termos de proteção ao consumidor, a exemplo do Brasil e da Argentina, pioneiros na elaboração de legislações específicas sobre o assunto no âmbito do Mercado Comum do Sul. Desse modo, foi rejeitado, principalmente em virtude da pressão exercida pela Delegação Brasileira, permitindo a perpetuação, portanto, da lacuna normativa sobre os importantes conteúdos abordados pelas Resoluções n.º 123 a 127/1996, que tinham o seu vigor condicionado à aprovação do citado Projeto.

O Protocolo de Santa Maria, firmado em 1996, com o intento de regulamentar a jurisdição internacional das Relações de Consumo entre os Estados-membros do Mercosul, sequer entrou em vigor, haja vista que a sua vigência também estava condicionada à aprovação do Protocolo supracitado. Ademais, o seu teor inspirava críticas no que concerne ao âmbito de aplicação restrito, à admissão de um conceito limitado de consumidor, assim como ao fato de estipular padrões máximos de harmonização, mas sem tecer considerações acerca do comércio internacional e de instrumentos processuais que garantissem a proteção dos direitos do consumidor.

Compreende-se que a unificação do direito do consumidor no Mercosul não se constitui uma alternativa benéfica para os consumidores, sobretudo para os brasileiros e argentinos, oriundos de países cuja tutela aos direitos desses sujeitos é mais profícua, conforme análise realizada no terceiro capítulo. No entanto, a promessa da instituição de uma harmonização mínima no Mercado Comum do Sul, ou seja, da conciliação das legislações

assimétricas ainda não se concretizou de forma efetiva. Constatam-se, no bloco econômico examinado, expedientes vigentes importantes, porém não completamente satisfatórios e que necessitam de alterações, inclusive inspiradas na legislação da União Europeia, conforme abordado no primeiro capítulo.

A Resolução GMC 21/2004, em vigência, versa basicamente acerca do comércio eletrônico, tratando acerca do direito à informação clara, precisa, suficiente e de fácil obtenção, do fornecedor do produto ou serviço ofertado e das transações eletrônicas realizadas. Ademais, garante ao sujeito a possibilidade de acessar a legislação de defesa do consumidor aplicável ao fornecedor. Faz-se necessário destacar que tal documento carece de certa efetividade, pois o simples contato com o diploma normativo não gera grandes efeitos, considerando-se que a maioria dos sujeitos não o compreenderá da forma devida, em decorrência da ausência de conhecimentos jurídicos.

Importante ressaltar, ainda, que tal regulamento não apresenta dispositivos efetivamente relevantes para os turistas internacionais. Neste sentido, a título de complementação do citado documento, propõe-se, por exemplo, a inspiração no Regulamento n.º 261/2004/CE da União Europeia, acima examinado, que aborda a indenização e assistência aos passageiros dos transportes aéreos nas situações de recusa de embarque e de cancelamento ou atraso de voos, tratando, inclusive, sobre os turistas com mobilidade reduzida ou com necessidades especiais, tema de extrema importância.

O Acordo Interinstitucional entre os Órgãos de Defesa do Consumidor nos Estados Partes do Mercosul para a Defesa do Consumidor Visitante, também vigente, apresenta grande relevância em termos de proteção aos turistas, tendo em vista que institui uma cooperação administrativa entre os órgãos dos países integrantes do bloco econômico, buscando a conciliação entre as partes, com o fito de evitar a judicialização dos conflitos, inclusive com a elaboração de um Formulário de Reclamação para o Consumidor Visitante do Mercosul.

No que tange aos Formulários, acima mencionados, torna-se imperiosa uma atuação mais enérgica dos Estados-membros do Mercosul, para garantir a sua efetividade. Desse modo, propõe-se uma divulgação mais incisiva da existência desses documentos para os sujeitos, em todos os países integrantes do bloco regional. Sugere-se, ainda, que tais documentos se encontrem disponíveis nos órgãos e nos respectivos sítios eletrônicos e na sede de associações de defesa do consumidor. Faz-se necessário, ainda, que haja uma instrução no que concerne ao preenchimento dessa ficha, pois a maior parte dos indivíduos desconhece termos jurídicos e pode apresentar dificuldades neste momento, devendo ser necessariamente assessorados, para que a proteção do consumidor seja verdadeiramente assegurada.

Constatam-se, ainda, dois outros inconvenientes no que concerne ao citado Acordo. Inicialmente, destaca-se a morosa instituição dos seus termos nos países do Mercosul, o que dificulta a proteção do consumidor, tornando-se indispensável que os Estados empreendam esforços para implementá-lo de forma efetiva e concreta. Em seguida, não se pode olvidar que os imbróglis nem sempre conseguem ser solvidos através de meios administrativos, como propõe o acordo. Neste sentido, é imprescindível a criação de um sistema de cooperação jurídica internacional, que envolva no âmbito judicial, no âmbito do Mercosul.

O Protocolo de Las Leñas e o Protocolo de Medidas Cautelares ofereceram importantes modificações que, conforme o entendimento de parte da doutrina, aplicam-se às relações de consumo. No entanto, diante das peculiaridades vivenciadas pelo consumidor turista, o Mercosul necessita se inspirar em documentos da União Europeia, justamente com o intento de instituir mecanismos concretos de cooperação jurisdicional para a facilitação da defesa desses sujeitos.

No âmbito da União Europeia, o Regulamento 416/2010/UE oportuniza que os consumidores na região, que firmem contratos ou realizem compras fora da região, possam acessar a justiça, através do Poder Judiciário do seu domicílio, proporcionando uma maior segurança jurídica e suprime o *exequatur*, facilitando o cumprimento de decisões entre tribunais dos Estados-membros. Ademais, destaca-se, também, a importância do Regulamento 524/2013/UE, que estabelece uma plataforma europeia que facilite a resolução de litígios entre consumidores e fornecedores, através do meio extrajudicial, de forma independente, imparcial, transparente, célere e justa. Desse modo, é importante que o Mercosul se inspire nestes documentos que favorecem a efetiva proteção dos turistas.

A proposta de instituição de uma regulamentação para processos de pequena quantia no âmbito do Mercosul, inspirada no Regulamento 861/2007/CE da União Europeia e no Projeto de Lei sobre Reclamações de Menor Quantia, apresentado pelos Estados Unidos no âmbito da CIDIP VII, se revela uma excelente alternativa para a solução de litígios transfronteiriços de forma mais célere e menos custosa, conforme mencionado no capítulo 04. No entanto, torna-se imperioso realizar algumas observações e sugestões no que concerne à implementação do sistema mencionado.

*Ab initio*, é preciso destacar que a devida implantação do projeto supracitado exige uma atuação proativa dos Estados membros. Neste sentido, torna-se imprescindível a prestação de informações, em linguagem acessível aos sujeitos, acerca dos seus direitos, através de inúmeros mecanismos, a exemplo da internet, cartilhas, palestras, propagandas televisivas, para que os indivíduos estejam cientes dos trâmites e procedimentos a serem seguidos, garantindo a



eficácia do sistema. Ressalte-se que o Paraguai, único integrante do bloco econômico que não dispõe de um juizado especial destinado à proteção dos consumidores, necessita instituí-lo, do contrário, a cooperação proposta poderia ser obstaculizada.

No que concerne às sugestões, defende-se a criação de um sítio eletrônico integrado dos juzados especiais dos países componentes do Mercosul, facilitando o protocolo das demandas e a comunicação entre as partes. Ademais, é de extrema relevância que esse projeto abranja em seu teor dispositivos acerca da tutela de urgência de forma geral, pois os consumidores turistas também necessitam de uma tutela antecipada ou da tutela cautelar, mesmo diante de um procedimento simplificado. Destarte, propõe-se a inspiração no Protocolo de Medidas Cautelares, vigente no âmbito do Mercosul.

O Acordo sobre o Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo se constitui uma relevante conquista para a proteção dos turistas, pois garante que os sujeitos possam escolher o direito aplicável aos contratos internacionais de consumo, como sendo o do domicílio do sujeito, da celebração do contrato ou da sua execução, desde que mais favorável ao consumidor, o que prestigia a autonomia da vontade.

No entanto, conforme mencionado no capítulo 4, é preciso que os consumidores tenham condições de exercer tal autonomia de forma consciente, por isso sugere-se a elaboração de um manual comparativo entre as legislações dos Estados-Partes, redigido em espanhol e em português, indicando, em linguagem acessível, qual o diploma normativo apresenta dispositivos mais favoráveis, a depender do instituto jurídico examinado. Ademais, é imperioso que os países integrantes do Mercosul internalizem o documento o quanto antes.

Neste sentido, observa-se que a efetividade da legislação, instituída no âmbito do Mercosul, exige a garantia do direito à informação aos consumidores por parte dos Estados-membros. Dessa forma, sugere-se que os entes públicos e privados, especialmente os fornecedores envolvidos na prestação de serviços turísticos, atuem conjuntamente na elaboração de cartilhas educativas, informando os sujeitos sobre os seus direitos assegurados no âmbito do Mercado Comum do Sul, bem como sobre a existência dos Formulários de Reclamação para a Defesa do Consumidor Visitante do Mercosul. Assim como, propõe-se a promoção de cursos e seminários sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Conheça a ABNT: normalização um fator para o desenvolvimento. Rio de Janeiro 1990.

\_\_\_\_\_. NBR 5892: norma para datar: Rio de Janeiro, 1989.

\_\_\_\_\_. NBR 6021: informação e documentação: publicação periódica científica impressa: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

\_\_\_\_\_. NBR 6022: informação e documentação: artigo em publicação periódica científica impressa: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

\_\_\_\_\_. NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2018.

\_\_\_\_\_. NBR 6024: informação e documentação: numeração progressiva das seções de um documento escrito: apresentação. 2. ed. Rio de Janeiro, 2011.

\_\_\_\_\_. NBR 6027: informação e documentação: sumário: apresentação. 2. ed. Rio de Janeiro, 2012.

\_\_\_\_\_. NBR 6028: resumos. Rio de Janeiro, 2003.

\_\_\_\_\_. NBR 6029: informação e documentação: livros e folhetos: apresentação. Rio de Janeiro, 2006.

\_\_\_\_\_. NBR 6033: ordem alfabética. Rio de Janeiro, 1989.

\_\_\_\_\_. NBR 6034: informação e documentação: índice: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

\_\_\_\_\_. NBR 10520: informação e documentação: apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_. NBR 14724: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. 3. ed. Rio de Janeiro, 2011.

ACIOLI, Carlos André Carvalho. A proteção internacional dos consumidores e os fundamentos da pós-modernidade: um estudo a partir da teoria de Erik Jayme. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 27, v. 120, p. 425-468, nov./dez. 2018.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1985.

ALEXY, Robert. **Teoría del discurso y derechos humanos**. Tradução de Luis Villar Borda. Bogotá: Universidad Externadi de Colombia, 1995.

\_\_\_\_\_. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. Tradução de Virgílio Afonso da Silva. 2.ed. São Paulo: Malheiros Editora, 2008.

ANDRADE, João Vicente de. **Turismo**: Fundamentos e Dimensões. 8.ed. São Paulo: Editora Ática, 2000.

ARAÚJO, Nadia de. **Direito Internacional Privado**: teoria e prática brasileira. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2011.

\_\_\_\_\_. Medidas de cooperação interjurisdicional no Mercosul. **Revista de Processo**, São Paulo, ano 05, v. 123, p. 77-113, maio 2005.

ARRIGHI, Jean Michel. La protección de los consumidores y el MERCOSUR. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 2, p. 124-147, mar./abr. 1992.

BALLARINO, Tito. **Costituzione e Diritto Internazionale Privato**. Verona: CEDAM Padova, 1974.

BARRIA, Fernando Morales. **ALADI**: Comentários preliminares al tratado de Montevideu de 1980. Santiago: Editora Jurídica de Chile, 1981.

BATISTI, Leonir. **Direito do Consumidor para o Mercosul**. Curitiba: Editora Juruá, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**: e outros temas contemporâneos. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.

\_\_\_\_\_. **Globalização**: As Consequências Humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida para Consumo** – A Transformação da Pessoa em Mercadoria. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2008.

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BENI, Márcio Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2.ed. São Paulo: Senac, 1998.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 8.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Trad. Nelson Coutinho. 11.ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.

BORGES, Thiago Carvalho. **Curso de Direito Internacional Público e Direito Comunitário**. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

BOSISIO, A (coord.). **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio/Conselho de Turismo, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 11.ed. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2007.

BOURGOGNIE, Thierry. O Conceito jurídico de consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 2, p. 7-51, abr./jun. 1992.

BUSTAMANTE, Laura Perez. **Derechos del consumidor**. Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2004.

CÁPPIO, Marcos. A Proteção do Consumidor nas Constituições dos países do Mercosul e associados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 10, v. 74, p. 43-69, abr./jun. 2010.

CARBONNIER, Jean. **Flessibile diritto**: Per una sociologia del diritto senza rigore. Milano: Dott. A. Giuffrè, 1997.

CÁRDENAS, Sara L. Feldstein. Jurisdicción internacional em matéria contractual. *In*: ALTERINI, Atilio Aníbal (org.). **El sistema jurídico en el Mercosur**. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1995.

CARVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

CASTEL, Robert. **A insegurança social**: o que é ser protegido? Trad. Lúcia M. Endlich. Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

CIPPITANI, Roberto. **Interpretación y derecho de la integración**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editora Astrea, 2016.

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2005.

DOLINGER, Jacob. **Direito Internacional Privado**: Parte Geral. 3.ed. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 1994.

DREIFUSS, René Armand. **A época das perplexidades**: mundialização, globalização e planetarização: novos desafios. Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

FELLOUS, Beyla Esther. As iniciativas de proteção do consumidor no âmbito do Mercosul. *In*: AMARAL JÚNIOR, Alberto do (coord.). **Direito do Comércio Internacional**. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002, p. 281-300.

\_\_\_\_\_. **Proteção do Consumidor no Mercosul e na União Europeia**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

FERREIRA, V. H. M. **Teoria Geral do Turismo**. 2. ed. Palhoça: UnisulVirtual, 2007.

FERREYRA, Roberto A. Vázquez. **Turismo y Defensa del Consumidor**. *In*: LORENZETTI, Ricardo Luis; SCHÖTZ (coord.). *Defensa del Consumidor*. Buenos Aires: Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, 2003, p. 415-431.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Atlas, 2016.

GALBREITH, John Kenneth. **The Affluent Society**. 4.ed. Nova York: Houghton Mifflin Company, 1998.

GANDARA, Luis Fernandez De La; CARAVACA Alfonso-Luis Calvo. **Derecho Mercantil Internacional**. 2.ed. ver. Madrid: Editorial Tecnos, 1995.

GOMES, Joséli Fiorin. A Proteção do Consumidor no Mercosul e o Protocolo de Santa Maria: La trama y el desenlace. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 12, v. 82, p. 213-263, abr./jun. 2012.

GOMES, Orlando. **Transformações Gerais do Direito das Obrigações**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1980.

GOZAÍNI, Osvaldo Alfredo. **Protección procesal del usuário y consumidor**. Santa Fé: Editora Rubinzal-Culzoni, 2005.

GRASSI NETO, Roberto. A política de proteção do consumidor no sistema de integração regional do Mercosul. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 17, v. 66, p. 162-195, abr./jun. 2008.

GUERRA, Sidney. **Curso de Direito Internacional Público**. 11.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

HANICH, Caroline Meller; SOARES, Ardyllis. Economia Compartilhada e Proteção do Consumidor. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 16, v. 105, p. 19-31, mai./jun. 2016.

HESSE, Konrad. **A Força Normativa da Constituição**. Tradução de Gilmar Ferreira Mendes. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1991.

\_\_\_\_\_. **Derecho Constitucional y Derecho Privado**. Madrid: Editora Civitas, 1991.

IRTI, Natalino. **L'etat dela decodificazione**. 3.ed. Milano: Editora Guiffrè, 1989.

ITURRASPE, Jorge Mosset; WAJNTRAUB, Javier H.; GOZAÍNI, Osvaldo Alfredo. **Ley de Defensa del Consumidor: Ley 24.240: modif. por leyes 24.568, 24.787, 24.999 y 26.361: Protección Procesal de Usuarios y Consumidores**. Santa Fe: Rubinzal Culzoni, 2008.

JACOBINA, Paulo Vasconcelos. **A publicidade no direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1996.

JACYNTHO, Patrícia Helena de Avila; ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo. **A Proteção Contratual do Consumidor no Mercosul**. São Paulo: Editora Interlex Informações Jurídicas Ltda, 2001.

KLAUSNER, Eduardo Antonio. **Direitos do consumidor no MERCOSUL e na União Europeia: acesso e efetividade**. Curitiba: Juruá, 2006.

KRIEGER, Walter F. **Prácticas abusivas en el Derecho del Consumidor**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: El Derecho, 2018.

LAFER, Celso. **A Reconstrução dos Direitos Humanos**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1991.

LAREDO, Iris M. **Mercosur: Balance y perspectivas**. Buenos Aires: Fundación de Cultura Universitaria, 1996.

LAVIE, Humberto Quiroga. **Constitución de la Nación Argentina Comentada**. 4. ed. atual. Buenos Aires: Editorial Zavalúa, 2007.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. Trad. Ricardo Corrêa Barbosa. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: São Paulo, Editora Manole, 2005.

\_\_\_\_\_. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

\_\_\_\_\_; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: Resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2011.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. Buenos Aires: Rubinzal Culzoni Editores, 2003.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos do Direito Privado**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998.

LORENZO, Miguel Frederico. Contrato de Consumo y Derecho al Arrepentimiento. *In*: LORENZETTI, Ricardo Luis; SCHÖTZ (coord.). **Defensa del Consumidor**. Buenos Aires: Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, 2003, p. 393-414.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de Estilo Acadêmico**: Trabalho de conclusão de curso, dissertações e teses. 6. ed. rev. e ampl. Salvador: Editora EDUFBA, 2019.

MAMEDE, Gladston. **Direito do consumidor no turismo**: código de defesa do consumidor aplicados aos contratos, aos serviços e ao marketing do turismo. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MARANIELLO, Patricio. **Derecho de la integración**: aspectos judiciales, políticos y sociales de los bloques regionales. Buenos Aires: Editora Ad-Hoc, 2014.

MARMELSTEIN, George. **Curso de Direitos Fundamentais**. 5.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de direito internacional privado: Da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a Lei Aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais**: Consumidor. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 1097-1157.

\_\_\_\_\_. A Proteção dos Consumidores em um Mundo Globalizado: Studium Generale sobre o Consumidor como Homo Novus. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 13, v. 85, p. 25-62, jan./fev. 2013.

\_\_\_\_\_. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

\_\_\_\_\_. Consumer Protection Policy in Mercosur: an Evaluation. *In*: BOURGOIGNIE, Thierry (org.). **L'intégration économique régionale et la protection du consommateur**. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 368-375.

\_\_\_\_\_. Direitos do consumidor no Mercosul: algumas sugestões frente ao impasse. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 99, v. 32, p. 16-44, out./dez. 1999.

\_\_\_\_\_; DELALOYE, María Laura. La propuesta 'Buenos Aires' de Brasil, Argentina y Paraguay: El más reciente avance em el marco de la Cidip VII de protección de los consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 10, v. 73, p. 224-265, jan./mar. 2010.

\_\_\_\_\_. Lei Mais Favorável ao Consumidor e o Acordo do Mercosul sobre Direito Aplicável em Matéria de Contratos Internacionais de Consumo de 2017. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 19, v. 121, p. 419-457, jan./fev. 2019.

\_\_\_\_\_; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **ATLAS IBERO-AMERICANO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**. Brasília: Ministério da Justiça, 2013.

MIRAGEM, Bruno. Aplicação do CDC na Proteção Contratual do Consumidor – Empresário: Concreção de vulnerabilidade como critério para equiparação legal (STJ – RESp 476.428-SC; Rel. Min. Fátima Nancy Andrighi, j. 19.04.2005m DJU 09.05.2005). **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 07, v. 62, p. 259-267, abr./jun. 2007.

\_\_\_\_\_. **Curso de Direito do Consumidor**. 6.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MIRANDA, José Miguel. **O contrato de viagem organizada**. Coimbra: Editora Almedina, 2000.

MOLETTA, Vânia Florentino. **Turismo Cultural**. Porto Alegre: Editora SEBRAE/RS, 1998.

MONTORO, André Franco. Perspectivas de Integração da América Latina. *In*: BAPTISTA, Luiz Olavo; MAZZUOLI, Valério de Oliveira (orgs). **Coleção Doutrinas Essenciais**. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, p. 571-593.

MORALES, Mirta. **Un estudio comparativo de la protección legislativa del consumidor en el ambito interno de los países del mercosur**. Rio de Janeiro: Editora Renovar.

MOREIRA, José Carlos Barbosa. **Temas de Direito Processual**: Quarta Série. São Paulo: Saraiva, 1989.

MURRAY, H. A. **Explorations in Personality**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1938.

ODY, Lisiane Feiten Wingert. O Conceito de Consumidor e Noção de Vulnerabilidade nos Países do Mercosul. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 07, v. 64, p. 80-108, out./dez. 2007.

OLIVEROS, Sheraldine Pinto. La Protección del Consumidor en el Derecho Venezolano. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 12, v. 81, p. 179-238, jan./mar. 2012.

PASQUALOTTO, Adalberto. Causa e Responsabilidade nos Contratos de Turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 08, v. 67, p. 9-33, jul./set. 1998.

PAVAN, Luiz Carlos. **La protección del Consumidor en el MERCOSUR**. Buenos Aires: Editora Instituto Nacional de La Administración Pública, 1997.

PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge; JEREISSATI, Catherine Santa Cruz; BEZERRA, Mário de Quesado Miranda. Impacto do Modelo de Negócio do Airbnb no Mercado de Hospedagem: Autonomia Privada, Internet, Economia Colaborativa e as Novas Fronteiras do Direito do Consumidor. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 18, v. 119, p. 269-294, set./out. 2018.

PERIN JUNIOR, Ecio. **A Globalização e o direito do consumidor**: aspectos relevantes sobre a harmonização legislativa dentro dos mercados regionais. São Paulo: Editora Manole, 2003.

PINESE, Graciela Gloria. **Ley de Defensa de Consumidor**: Ley 24.240 modificada por las leyes 24.568, 24.787, 24.999 y 26.631. 2.ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cathedra Jurídica, 2018.

RENNER, Karl. **The institutions of private law and their social functions**. Trad. Agnes Schwarzschild. London: Routledge & Kegan Paul, 1976.

ROCHA, Sílvio Luís Ferreira da. **A oferta no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Lemos Editora, 1997.

RODRIGUES, Geisa de Assis. A proteção ao consumidor como um Direito Fundamental. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais: Consumidor**. vol. II. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, p. 189-226.

RODRIGUES, Dani. **A globalização foi longe demais?** Trad. Magda Lopes. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

ROSS, Glenn F. **Psicologia do Turismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

RUSCONI, Dante. **Manual de derecho del consumidor**. Buenos Aires: AbeledoPerrot, 2009.

SAHIÁN, José Humberto. **Dimensión constitucional de la tutela a los consumidores**: Diálogo con los derechos humanos. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Ley, 2017.



SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 24, v. 98. p. 135-151, jan./mar. 2015.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice: O social e o político na pós-modernidade**. 10.ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos Direitos Fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional**. 12.ed. rev. atual. e ampl. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, 2015.

SARMENTO GARCÍA, Jorge H. et al. **La reforma constitucional interpretada**. Buenos Aires: Editora Depalma, 1995.

SERRES, Michael. **Hominescências: o começo de uma outra humanidade?** Trad. Edgard de Assis Carvalho e Mariza Perassi Bosco. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil. 2003.

SHINA, Fernando. **Sistema Legal para la defensa del consumidor**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editora Astrea, 2016.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional**. 33. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2010.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. O Consumidor Turista Estrangeiro no Mundo: A Necessária Instituição de um Sistema de Proteção e Cooperação Internacional. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, v. 107, p. 243-290, set./out. 2016.

SILVA, Luciana Padilha Leite Leão da. **A responsabilidade civil nos contratos de turismo em face ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2005.

SILVA, Roberto Luiz. **Direito Internacional Público**. 4.ed. ver. atual. e ampl. Belo Horizonte: Editora Del Rey, 2010.

SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 82. ano 21. p. 113-175. São Paulo: Editora RT. abr.-jun. 2012.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **A Construção do direito do consumidor** – Um estudo sobre as origens das leis principiológica de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2009.

STIGLITZ, Gabriel A. O Direito Contratual e a Proteção Jurídica do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 92, v. 1, p. 184-199, jan./mar. 1992.

\_\_\_\_\_. Modificaciones a la Ley Argentina de Defensa del Consumidor y su influencia en el MERCOSUR. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 99, v. 29, p. 9-20, jan./mar. 1999.

STRENGER, Irineu. **Direito Internacional Privado**. 3.ed. ampl. São Paulo: Editora LTr, 1996.

TABARES, Fabio Cárdenas. **Producto turístico**: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño. 2.ed. México: Editora Trillas, 1986.

TOMASETTI JR, Alcides. A Configuração Constitucional e o Modelo Normativo do CDC. *In*: NERY JR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade (orgs.). **Coleção Doutrinas Essenciais**: Responsabilidade Civil. vol. IV. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 157-162.

TOURRAINE, Alain. **Um novo paradigma**: para compreender o mundo de hoje. Trad. Gentil Avenilon Titton. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.

VALLADÃO, Haroldo. **Democratização e Socialização do Direito Internacional**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editôra, 1961.

VARELLA, Marcelo Dias. **Direito Internacional Público**. 3.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

VIEIRA, Luciane Klein. El Concepto de Consumidor y El Mercosur Ampliado. Um Análisis del Derecho de Fuente Convencional e Interna de Los Estados Partes del Bloque. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, v. 107, p. 197-242, set./out. 2016.

\_\_\_\_\_. La circulación internacional del consumidor turista: los avances en el Mercosur y en la Conferencia de La Haya de Derecho Interno Privado. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 18, v. 116, p. 411-431, mar./abr. 2018.

\_\_\_\_\_. **Protección Internacional del consumidor**: Procesos de escassa cuantía em los litígios transfronterizos. Buenos Aires: BdeF, 2013.

\_\_\_\_\_. Una Nueva Propuesta para el Mercosur: el processo mercosureño de menor cuantía para litígios transfronterizos de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 14, v. 92, p. 179-216, mar./abr, 2014.

WEBER, Ricardo Henrique. **Defesa do Consumidor**: o direito fundamental nas relações privadas. Curitiba: Editora Juruá, 2013.

#### **Sites consultados:**

<http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>. Acesso em 24 maio 2019.

<http://www2.unwto.org/>. Acesso em 24 maio 2019.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>. Acesso em 24 maio 2019.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em 07 fev. 2019.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>. Acesso em 07 fev. 2019.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em 07 fev. 2019.

<http://www.mercosul.gov.br/saiba-mais-sobre-o-mercosul>. Acesso em 29 maio 2019.

<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/mercosul-1/estudo-comparativo>. Acesso em: 7 fev. 2019.

<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/3073-comite-vai-diminuir-conflitos-de-consumo-em-turismo.html>. Acesso em: 7 fev. 2019.

[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/17/economia/1563379750\\_413614.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/17/economia/1563379750_413614.html). Acesso em: 18 jul. 2019.

<https://forbes.uol.com.br/last/2019/07/paises-do-mercosul-aprovam-fim-de-roaming-internacional/>. Acesso em: 18 jul. 2019.