

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Direito
Bacharelado em Ciências Jurídicas e Sociais

Stéphanie Ferraz Dietrich Müller

**A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS INTERNACIONAIS
INTERMEDIADA POR AGÊNCIA DE TURISMO:
soluções do direito brasileiro a conflitos de consumo**

Porto Alegre

2021

Stéphanie Ferraz Dietrich Müller

**A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS INTERNACIONAIS
INTERMEDIADA POR AGÊNCIA DE TURISMO:
soluções do direito brasileiro a conflitos de consumo**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dra. Dr. h. c. Cláudia Lima Marques

Porto Alegre

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Müller, Stéphanie Ferraz Dietrich
A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS INTERNACIONAIS
INTERMEDIADA POR AGÊNCIA DE TURISMO: soluções do
direito brasileiro a conflitos de consumo / Stéphanie
Ferraz Dietrich Müller. -- 2021.
62 f.
Orientadora: Claudia Lima Marques.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Direito, Curso de Ciências Jurídicas e Sociais,
Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. turismo internacional. 2. consumidor
hipervulnerável. 3. agência de turismo. 4.
responsabilidade solidária. 5. serviços turísticos. I.
Marques, Claudia Lima, orient. II. Título.

Stéphanie Ferraz Dietrich Müller

**A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS INTERNACIONAIS
INTERMEDIADA POR AGÊNCIA DE TURISMO:
soluções do direito brasileiro a conflitos de consumo**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dra. Dr. h. c. Cláudia Lima Marques

Aprovada em:Porto Alegre, 12 de maio de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Dr. h. c. Cláudia Lima Marques
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof.^a Me. Maria Luiza Baillo Targa (doutoranda)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Me. Guilherme Antônio Balczarek Mucelin (doutorando)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

A meus pais, pelo incentivo constante aos meus estudos e pelo amor incondicional.

AGRADECIMENTOS

A realização desse trabalho significa, entre muitas coisas, a conclusão de uma etapa da minha vida acadêmica. Em breve, receberei o título de bacharela em Direito, pelo que gostaria de agradecer a algumas pessoas em especial.

Às professoras Cláudia Lima Marques, pela estimada confiança depositada em mim ao aceitar orientar essa pesquisa, e Tatiana Cardoso Squeff, pela disponibilidade e atenção ao me auxiliar de maneira incansável nessa jornada. Foi uma honra tê-las ao meu lado.

Ao grupo de pesquisa de que faço parte: MERCOSUL, Direito do Consumidor e Globalização, coordenado pela professora Cláudia Lima Marques, por todas as lições, colaborações e pela oportunidade de ser bolsista CNPq.

Aos meus pais, estrelas-guia da minha caminhada, por nunca terem deixado de acreditar no meu potencial. O incentivo constante aos estudos, fornecendo todas as condições para eu priorizá-los, é apenas uma das tantas expressões do amor incondicional que recebo de vocês.

Ao Pedro, meu parceiro de vida, pela paciência e suporte oferecido nos momentos de estudo. Pela alegria nas pequenas conquistas e pela inspiração diária.

As minhas colegas de curso, com quem formei uma amizade que não se limita ao direito, mas transcende esse espaço-tempo chamado faculdade e transforma-se em alicerce para os meus dias, sejam de comemoração ou de tristeza. Clarissa, Eduarda, Gabriela e Isabella, vocês nem imaginam o quanto enriquecem a minha vida.

A todos aqueles que, enquanto professores da graduação ou supervisores nos estágios acadêmicos por onde vivi e aprendi, fomentaram o interesse pela busca do conhecimento. Mais que isso, despertaram a vontade de desenvolver as qualidades de uma boa operadora do direito.

Por fim, à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, tão preciosa, relevante e sonhada instituição, pela oportunidade em receber o ensino gratuito de excelência.

RESUMO

O presente trabalho visa a reconhecer os parâmetros da proteção oferecida pelo ordenamento jurídico brasileiro, em especial o direito do consumidor, ao turista que celebra contratos de prestação de serviços no exterior com a intermediação de uma agência de turismo, nas hipóteses de inadimplemento contratual por parte do fornecedor. Com esse escopo, a metodologia aplicada é a hipotético-dedutiva, sustentada em pesquisa bibliográfica, legislativa e jurisprudencial, resultando em um desenvolvimento dividido em duas partes, cujo raciocínio se dirige do âmbito geral ao específico. Na primeira parte, aborda-se a caracterização da atividade de turismo e a conceituação da figura do consumidor que celebra contratos de serviço a ser prestado fora do território nacional, com a finalidade de estabelecer a proteção que lhe é conferida pela legislação brasileira, fazendo-se breve alusão também aos instrumentos normativos internacionais de que o Brasil faz parte. Em um segundo momento, é traçado o tratamento dos danos sofridos por esses consumidores a partir da aplicação da responsabilidade civil às agências de turismo que cumprem o papel de intermediadoras entre os viajantes e os demais fornecedores de serviços turísticos. Para tanto, é dado destaque aos fundamentos da viabilidade de tal responsabilização e, posteriormente, é feita breve análise de alguns casos concretos de brasileiros no exterior em que o julgador decidiu por sua utilização. Conclui-se, por meio desse estudo, que, embora no plano nacional o instituto da responsabilidade solidária cumpra seu objetivo de compensar os sujeitos lesados pelo defeito na prestação de serviços turísticos, quando não se identifica fornecedor brasileiro na cadeia de consumo, a garantia de que a solução judicial seja concretizada não pode ser afirmada da mesma maneira.

Palavras-chave: turismo internacional; serviços turísticos; consumidor hipervulnerável; agência de turismo; responsabilidade contratual solidária.

ABSTRACT

The present work aims to recognize the parameters of protection offered by the Brazilian legal system, especially the consumer Law, to the tourist who concludes service provision contracts abroad with the intermediation of a tourism agency, in the event of a contractual default by the supplier. With this scope, the applied methodology is hypothetical-deductive, supported by bibliographic, legislative and jurisprudential research, resulting in a development divided into two parts, whose reasoning is directed from the general to the specific scope. In the first part, the characterization of the tourism activity and the conceptualization of the figure of the tourist who travels beyond national borders are addressed, with the purpose of establishing the protection conferred by Brazilian law, making a brief reference also to the international normative instruments of which Brazil is a part. In a second step, the treatment of the damages suffered by these consumers is traced based on the application of the liability of the travel agencies that fulfill the role of intermediaries between travelers and other providers of tourist services. Therefore, the emphasis is placed on the fundamentals of the feasibility of such accountability and, subsequently, a brief analysis is made of some concrete cases of Brazilians abroad in which the judge decided for their use. It is concluded, through this study, that, although at the national level, the liability institute fulfills its objective of compensating the injured parties for the defect in the provision of tourist services, when the Brazilian supplier is not identified in the consumption chain, the guarantee of that the judicial solution is carried out cannot be affirmed in the same way.

Keywords: international tourism; tourist services; hypervulnerable consumer; tourism agency; joint and several liability.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 O FENÔMENO DO TURISMO INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEO	11
1.1 A FIGURA DO TURISTA NA SOCIEDADE DE CONSUMO	14
1.2 A HIPERVULNERABILIDADE NA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS	23
2 PROTEÇÃO OFERECIDA PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AO TURISTA INTERNACIONAL	32
2.1 O INSTITUTO DA RESPONSABILIDADE CIVIL.....	34
2.2 APLICAÇÃO DO ART. 14, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, EM JULGADOS DE TURISMO INTERNACIONAL	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas o turismo internacional atingiu níveis expressivos, seja pela facilitação que a internet propicia para a contratação de serviços, seja pela maior acessibilidade econômica às empresas aéreas ou pelo maior interesse por culturas distantes. Conforme indicado pelo relatório da Organização Mundial do Turismo (OMT) de 2019, o número de turistas internacionais aumentou em 4% em relação ao ano anterior, de 2018, de maneira a atingir a marca de 1.1 bilhões de pessoas entre janeiro e setembro de 2019.¹

As proporções expressivas da atividade turística atual se devem ao fato de que, partindo da pós-modernidade² como pano de fundo, os consumidores possuem como uma de suas principais aspirações a inclusão no mundo globalizado, o que intentam alcançar mediante a realização do prazer pessoal e da aproximação a distintas culturas.³

Como bem colocado por Wei Dan, a humanidade se beneficia do turismo, gerador de prazer espiritual, na finalidade de conhecer, descobrir e aprofundar sua cultura, mas com frequência “a posição do turista fica ainda mais desfavorável do que a do consumidor em geral, uma vez que o consumo da atividade turística decorre muitas vezes num país estrangeiro ou numa região desconhecida e estranha.”⁴

A fruição dos momentos de turismo propicia condições de recuperação psicossomática e desenvolvimento pessoal, constituindo-se o lazer em direito fundamental social, previsto no

¹ WORLD TRAVEL ORGANIZATION. International Tourism Highlights International tourism continues to outpace the global economy. **UNWTO**, [s. l.], p. 1–24, 2019.

² Conceito apresentado pelo professor Erik Jayme, da Universidade de Heidelberg (Alemanha), para caracterizar a era “marcada por um individualismo claudicante, o predomínio de certas identidades culturais exacerbadas, dentre outros aspectos que estão exasperando-se com a regionalização econômica, locus supranacionais de integração e por intercâmbio comercial globalizado.” O consumidor é colocado em um meio de alto acesso aos produtos e serviços estrangeiros, de maneira que as viagens internacionais se avolumam em escala antes não vista. SILVA, J. S. L. da. O consumidor turista estrangeiro no mundo : a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. Consumers foreign tourist in the world : the necessary establishment of a protection system and international cooperation. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 107, 2017a. Por outro lado, a pós-modernidade, esta época “dos prazeres, do lazer individual, da realização dos sonhos e do imaginário”, também comporta a busca pela igualdade material entre os desiguais, como no Código de Defesa do Consumidor. MARQUES, C. L. Por um direito internacional de proteção dos consumidores : sugestões para a nova lei de introdução ao Código Civil brasileiro no que se refere à lei aplicável a alguns contratos e acidentes de consumo. **Anais do 2º Congresso de Direito Internacional - PUC/PR**, Curitiba, 2004.

³ SQUEFF, T. de A. F. R. C. **A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados**. [s. l.], 2012.

⁴ DAN, W. A proteção do turista através do direito do consumidor - efeitos da globalização e o estudo empírico da China. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 83, p. 207–220, 2012.

art. 6º, da Constituição Federal de 1988. Cabe ao Poder Público o fomento dessa atividade para o bem estar social (art. 217, § 3º, do mesmo diploma).⁵

Neste quadro, compete também ao Direito Internacional Privado a tarefa de auxiliar a tutela dos interesses deste novo sujeito que se mostra reconhecidamente mais vulnerável, o consumidor turista, para que o turismo continue viabilizando os benefícios mencionados. Esse campo do direito se caracteriza por cultivar espaços de negociação, como as Conferências da Haia e a elaboração de normas comuns aos Estados signatários de tratados, de modo a viabilizar uma maior harmonização jurídica no plano internacional.

Se vivemos na chamada sociedade de consumo⁶, em que estão continuamente à nossa disposição a Internet e variadas tecnologias desenvolvidas para facilitar o dia-a-dia e a própria intensificação da aquisição de bens de consumo, os serviços relacionados ao turismo não se excluem dessa dinâmica. Exatamente neste ponto é que se justifica a presente pesquisa, que intenta reconhecer os parâmetros do direito consumerista, tanto no plano nacional quanto no internacional, para a solução de conflitos surgidos na contratação daqueles serviços.

O presente trabalho busca identificar os mecanismos existentes para a solução de conflitos de consumo que ocorram na contratação indireta, com intermediação de agência de viagens, de serviços turísticos, tais como transporte, hospedagem e excursões, no exterior.

Sob essa perspectiva, o presente estudo promove uma abordagem que se direciona do geral ao específico, sustentado em pesquisa bibliográfica, legislativa e jurisprudencial, ou seja, na análise do desenvolvimento doutrinário sobre o tema, do arcabouço normativo constitucional e infraconstitucional, bem como do exame qualitativo de casos, utilizando do método hipotético-dedutivo, para estabelecer um panorama dos recentes posicionamentos da doutrina e do Judiciário em relação aos conflitos de turismo.

O trabalho tem por objetivo geral identificar a proteção fornecida pelo ordenamento jurídico brasileiro aos consumidores turistas que realizam atividades no plano internacional, com ênfase ao contratante que tem a agência de serviços turísticos como intermediadora.

⁵ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

⁶ Bauman pondera que, para que se compreenda a sociedade de consumo, deve-se ter em mente que a sociedade moderna, industrial, era uma “sociedade de produtores” que engajava seus membros primordialmente como produtores e soldados. Todavia, a sociedade de consumo tem pouca necessidade de mão-de-obra industrial e de exércitos; “em vez disso, precisa engajar seus membros pela condição de consumidores. A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditada primeiro e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor”. BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 87-88

Diante do objetivo geral elencado, constituem objetivos específicos do presente estudo (i) compreender a partir de uma visão panorâmica o contexto histórico e global em que ocorrem os deslocamentos geográficos e a interação gerada no mercado de consumo; (ii) entender os fundamentos do reconhecimento da vulnerabilidade do sujeito de direito, para chegar ao conceito de hipervulnerabilidade do consumidor turista; (iii) verificar quais as ferramentas de que o Código de Defesa do Consumidor dispõe para tutelar os interesses do turista que celebra contratos internacionais e (iv) identificar o modo de aplicação da responsabilidade civil pelo sistema judiciário e os fundamentos usados na proteção da parte mais fraca dessa modalidade de relação de consumo.

Para tanto, toma-se como problema de pesquisa: *de que instrumentos protetivos dispõe o turista brasileiro, que celebra contratos de consumo no plano internacional, com o auxílio da agência de turismo, diante de falhas na prestação do serviço?*

A partir da resposta a esta questão, surge outra pergunta: *é possível garantir a execução de uma sentença judicial condenatória para todos os conflitos de consumo turístico que envolvam um cidadão brasileiro?*

Observados os objetivos postos ao presente estudo, bem como o problema de pesquisa delimitado, o trabalho será dividido em duas etapas centrais, ambas subdivididas em outros dois tópicos, de modo a compreender em que se constitui o fenômeno de turismo internacional contemporâneo, quais são seus agentes, assim como identificar de que maneira é oferecida a proteção ao consumidor pelo ordenamento jurídico brasileiro, notadamente àquele que celebra contratos de turismo no Brasil para uma viagem internacional.⁷

Em síntese, o presente estudo propõe um percurso. Neste caminho, busca-se demonstrar o contexto no qual se desenvolve a relação de consumo com finalidade turística, quais são suas características e de que maneira a vulnerabilidade do consumidor se acentua. Além disso, objetiva-se entender a função e aplicação da responsabilidade civil e o motivo pelo qual ela é solidária quando há uma cadeia de fornecedores, imbuída da missão de mediante a promoção da igualdade material, para além da formal, alcançar a efetiva concretização da dignidade da pessoa humana.

⁷ O artigo 9º da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro, como será visto adiante, determina a aplicação da lei do país em que se constituírem as obrigações para sua qualificação e regimento. BRASIL. **Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942**. Brasília: Presidência da República, 1942. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657compilado.htm.

1 O FENÔMENO DO TURISMO INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEO

Os deslocamentos entre um lugar e outro são uma marca da humanidade desde os tempos mais remotos. Inicialmente eram realizados por necessidades relacionadas à subsistência dos grupos familiares, posteriormente passaram a ocorrer por motivações econômicas, para fazer negócios, para cumprir ritos religiosos, para aprender um ofício e, em um momento mais recente da história, para fins de lazer.

Houve grandes mudanças quanto à maneira de se realizar este ir e vir, que resultaram de uma concatenação de amenizações nos conflitos político-territoriais, maior conhecimento sobre o espaço geográfico e evoluções nos meios de transporte. Como observado por Bauman, a percepção sobre a relação entre tempo e espaço foi afetada pelo desenvolvimento de novas tecnologias para a locomoção:

“Esse “algo” foi, podemos adivinhar, a construção de veículos que podiam se mover mais rápido que as pernas dos humanos ou dos animais; e veículos que, em clara oposição aos humanos e aos cavalos, podem ser tornados mais e mais velozes, de tal modo que atravessar distâncias cada vez maiores tomará cada vez menos tempo. Quando tais meios de transporte não humanos e não animais apareceram, o tempo necessário para viajar deixou de ser característica da distância e do inflexível “*wetware*”; tornou-se, em vez disso, atributo da técnica de viajar.”⁸

Ao lado da proliferação de meios de transporte mais velozes, que permitiram o transporte de mercadorias e de pessoas em menor espaço de tempo, houve a difusão das viagens feitas para o lazer e para conhecer diferentes regiões, ainda que restringidas aos grupos economicamente favorecidos. A prática desta modalidade de deslocamento é um hábito estabelecido em nossa sociedade e que aumenta significativamente.

Atualmente, o acesso ao turismo pelas variadas classes sociais já é uma possibilidade, diante da maior oferta, popularização e conseqüente massificação do consumo turístico, como aponta Miragem.⁹ A ideia de mover-se entre diferentes localidades simplesmente para passear, apreciar a cultura e conhecer novas paisagens é a que primeiro vem à mente ao se falar em turistas. O significado desse grupo de pessoas, no entanto, é mais amplo e abrange os indivíduos que se dirigem a outras cidades a trabalho e a estudo.

⁸ BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**, tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro, ed. Zahar, 2001.

⁹ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

A conceituação do termo “turismo” se faz necessária não somente para fins de compreensão do que se trata a atividade, mas também para viabilizar a criação de estatísticas mundiais do ramo. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT)¹⁰, esse é um fenômeno social, cultural e econômico, relacionado ao trânsito de pessoas a lugares não considerados sua residência usual, sendo o prazer a maior motivação. O que ocorre no âmbito interno do país de residência do turista é chamado de turismo doméstico e o que envolve destinos de outros países é o turismo internacional.¹¹

Nas últimas décadas, o turismo internacional atingiu níveis expressivos, seja pela facilitação que a internet propicia para a contratação de serviços, seja pela maior acessibilidade econômica às inúmeras empresas aéreas ou pelo crescente interesse por culturas distantes e diferentes daquela a que estamos habituados. É verdade que o desenvolvimento e a oferta de atividades dirigidas ao lazer, bem-estar e entretenimento são um marco dos tempos que vivemos hoje.

Considerando que a organização e o funcionamento dos serviços turísticos se vinculam às condições de satisfação do consumidor, não sendo muitas vezes mensuráveis a partir de critérios objetivos, a atividade se coloca como mais um sinal da fluidez da pós-modernidade.

Como identifica Miragem:

A atividade turística é vista como um ritual, uma terapia, que revaloriza a natureza e a cultura, vincula-se, mesmo ao lazer, entendido como “um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou, ainda, para desenvolver sua formação e informação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”.¹²

Para entender melhor a abrangência deste setor de atividade econômica, mostra-se necessário mencionar alguns dados do relatório da OMT referente ao ano de 2019, que compila e analisa os números gerados pelo setor turístico ao redor do mundo, coletados entre janeiro e setembro daquele ano, para promover uma noção compartilhada sobre o assunto.¹³

¹⁰ A Organização Mundial do Turismo é uma agência especializada da Organização das Nações Unidas e possui como objetivos a contribuição para a expansão econômica, a compreensão internacional, a paz, a prosperidade, bem como para o respeito universal e a observância dos direitos e liberdades humanas fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião.

¹¹ Conforme definições do relatório 2008 INTERNATIONAL RECOMMENDATIONS FOR TOURISM STATISTICS. **United Nations Statistical Commission**. New York / Madrid: [s. n.], 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.18111/9789211615210>. p. 13

¹² MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹³ Os dados apresentados são referentes ao turismo ocorrido em 2019, uma vez que em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde declarou a crise sanitária causada pelo Coronavírus como uma pandemia, levando ao fechamento de fronteiras e impactando drasticamente o turismo global.

A quantidade de turistas internacionais aumentou 4% em relação ao ano de 2018, corroborando a afirmação de que o turismo se movimenta no sentido de uma larga expansão. Estimou-se que os destinos tenham recebido em torno de 43 milhões de turistas internacionais a mais em 2019 do que no mesmo período em 2018:

*International tourist arrivals (overnight visitors) grew 4% in January-September 2019 compared to the same period last year, according to available data. UNWTO estimates that destinations worldwide received around 1.1 billion international tourist arrivals in the first nine months of 2019, about 43 million more than in the same period of 2018.*¹⁴

Os destinos localizados no Oriente Médio, Ásia e região do Pacífico, assim como a África lideraram o crescimento do turismo internacional, apresentando porcentagens bastante acima da média averiguada. Os países europeus aumentaram seus índices em quantidade um pouco abaixo da média mundial, seguidos pelas Américas.

Quando analisados os deslocamentos por sub-regiões, o norte da África expressou o maior crescimento do ramo, com o Caribe, o Sul da Ásia e o Sudeste da Ásia vindo depois, ainda em números maiores que a média global. Veja-se:

*Growth was led by the Middle East (+9%), Asia and the Pacific and Africa (both +5%). International arrivals in Europe (+3%) grew slightly below the world average, while the Americas (+2%) saw moderate growth. By subregions, North Africa (+10%) showed the highest growth, followed by the Caribbean and South Asia (both +8%) and South-East Asia (+6%).*¹⁵

Estes dados, somados aos índices comparativos com outros anos apresentados no relatório, apontam que o setor turístico vinha em ritmo crescente e que, se não houvesse surgido a pandemia do Coronavírus no início de 2020¹⁶, teríamos dados atualizados que se mostrariam ainda mais significativos em termos de impacto social e econômico nos países que recebem esses grupos de viajantes.

¹⁴ Em tradução livre para o português: a quantidade de turistas internacionais (visitantes com pernoite) cresceu 4% entre janeiro e setembro de 2019, comparado ao mesmo período no ano passado, de acordo com os dados disponíveis. A Organização Mundial do Turismo estima que os destinos ao redor do mundo receberam em torno de 1.1 bilhão de turistas internacional nos primeiros nove meses de 2019, cerca de 43 milhões a mais do que no mesmo período de 2018. World Tourism Organization (UNWTO). **World Tourism Barometer**. Madrid, 2019.

¹⁵ Em tradução livre para o português: o crescimento foi liderado pelo Oriente Médio (+9%), Ásia e Pacífico e África (ambos +5%). Desembarques internacionais na Europa (+3%) cresceram levemente abaixo da média mundial, enquanto as Américas (+2%) tiveram crescimento moderado. Por sub-regiões, o Norte da África (+10%) apresentou o mais alto crescimento, seguido do Caribe e Sul da Ásia (ambos +8%) e Sudeste Asiático (+6%). Sobre isso, veja-se também o relatório de destaques sobre o Turismo Internacional, igualmente elaborado e publicado pela UNWTO: WORLD TRAVEL ORGANIZATION, 2019. Ibid.

¹⁶ O impacto sócio-econômico causado pela pandemia no turismo é considerado sem precedentes pela OMT, com uma diminuição de receita estrangeira estimada entre \$910 bilhões e \$1.2 trilhões para o ano de 2020, como pode ser depreendido na página internacional da Organização: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

Embora hoje em dia o turismo esteja profundamente impactado e efetivamente impedido de se manter em níveis de normalidade, a análise do tema continua importante para que possa receber maior tutela no momento em que retornar a ser realizado com a mesma intensidade, em especial no âmbito internacional. Além do benefício de bem-estar pessoal, o aumento no deslocamento dos cidadãos entre diferentes localidades contribui também para o estreitamento dos laços entre os Estados envolvidos, facilitando a manutenção da paz entre os povos e, como consequência última, a promoção da dignidade humana.

1.1 A FIGURA DO TURISTA NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Antes de se buscar identificar as normas legais que incidem nas relações consumeristas de finalidade turística, é necessário caracterizar o sujeito que estabelece essas relações. Somente é possível promover a proteção deste grupo de pessoas que influenciam tão significativamente a economia mundial, a partir do momento em que os aspectos que o descrevem forem compreendidos.

Como discorrido pela OMT, os efeitos da presença dos turistas através dos diferentes continentes são crescentes e determinantes de avanços no desenvolvimento socioeconômico dos países que crescem na área turística:

*Over the decades, tourism has experienced continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world. Modern tourism is closely linked to development and encompasses a growing number of new destinations. These dynamics have turned tourism into a key driver for socio-economic progress.*¹⁷

Considerando que a OMT define o turista como a pessoa que se desloca do local da sua residência habitual para outro local, onde permanece por espaço de tempo superior a vinte e quatro horas, para o exercício de atividades diversas, é natural presumir que esse trânsito envolva relações de consumo. O viajante celebra contratos de transporte, hospedagem, alimentação, de maneira que se enquadra no conceito de consumidor estabelecido no CDC.¹⁸ Serão concentrados os esforços na análise no consumidor que viaja para fins pessoais.

¹⁷ Em tradução livre para o português: ao longo das décadas, o turismo tem experienciado um crescimento contínuo e uma diversificação cada vez mais profunda, tornando-se um dos setores econômicos de crescimento mais veloz no mundo. O turismo moderno é intimamente ligado ao desenvolvimento e abrange um número crescente de novos destinos. Essas dinâmicas têm transformado o turismo em um motor fundamental para o progresso socioeconômico.

Texto retirado do site da UNWTO, disponível em <https://www.unwto.org/why-tourism>

¹⁸ Vale destacar, entretanto, que na União Europeia aquele que viaja a trabalho não é enquadrado como consumidor, havendo diferença de tratamento conforme a finalidade do deslocamento.

Nessa linha, os ordenamentos jurídicos e organizações independentes passaram a elaborar mecanismos de tutela ao que se convencionou chamar de consumidor internacional ativo: quem se desloca do seu país de residência habitual e forma vínculos de consumo com os fornecedores locais do destino visitado.¹⁹

Essa expressão teve origem na distinção feita pela doutrina alemã de direito do consumidor, como brilhantemente elucidado por Marques:

A proteção deste consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil interessa ao Direito do Consumidor. Mister relembrar aqui a distinção tradicional na Alemanha entre consumidor-ativo (aktive Verbraucher), consumidor que se desloca de um país para outro (por exemplo, turista que compra uma filmadora estrangeira no Exterior) e consumidor-passivo (passive Verbraucher), consumidor que recebe a informação, a oferta e que contrata em seu país, sem deslocamento físico (por exemplo, o consumidor que contrata pela Internet, em sua casa, a compra de uma filmadora diretamente de fornecedor com sede no Exterior).²⁰

Essa tutela é desejada porque, diante da expressiva repercussão na economia global, conforme números apontados pelo relatório da OMT sobre as receitas geradas pelo turismo internacional no ano de 2018, há interesse geral na colaboração para que esse consumidor internacional ativo continue viajando e se sinta encorajado a celebrar cada vez mais contratos ao redor do planeta.

O valor de 1.7 trilhões de dólares alcançados em receitas totais de exportação do turismo internacional, somando-se as despesas efetuadas nos destinos com os investimentos feitos em transporte de passageiros, manteve o setor turístico no patamar de terceira maior categoria global de exportação, sendo considerados os dados emitidos pela Organização Mundial do Comércio (OMC). Em números exatos, conforme o relatório:

*Total export revenues from international tourism reached USD 1.7 trillion in 2018, comprising USD 1,458 billion in international tourism receipts (visitor spending in destinations) and USD 256 billion in revenues from international passenger transport. As such, international tourism remains the world's third largest export category, after fuels (USD 2.4 trillion) and chemicals (USD 2.2 trillion), based on goods and services export data recently published by the World Trade Organization for 2018.*²¹

¹⁹ SOARES, A. A. **A proteção internacional do consumidor turista**. 2017. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017.

²⁰ MARQUES, C. L. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil : primeiras observações sobre os contratos à distância no comércio. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, v. 21, p. 65-99, 2002.

²¹ Em tradução livre para o português: As receitas totais de exportação do turismo internacional alcançaram US\$ 1,7 trilhão em 2018, compreendendo US\$ 1.458 bilhões em receitas de turismo internacional (gastos de visitantes em destinos) e US\$ 256 bilhões em receitas de transporte internacional de passageiros. Como tal, o turismo internacional continua a ser a terceira maior categoria de exportação do mundo, depois dos combustíveis (US\$ 2,4 trilhões) e produtos químicos (US\$ 2,2 trilhões), com base nos dados de exportação de bens e serviços publicados recentemente pela Organização Mundial do Comércio para 2018. World Tourism Organization (UNWTO). **World Tourism Barometer**. Madrid, 2019.

Tendo em vista a magnitude do turismo realizado entre diferentes países e os benefícios que a manutenção deste setor da economia acrescenta, não somente em termos financeiros, mas também em termos culturais, sociais e políticos, a definição de quem é a figura central desses vínculos criados é de suma importância.

Isso porque, apesar da grande variabilidade entre os destinos geográficos e as origens dos viajantes, existem conflitos similares que frequentemente atingem os consumidores, envolvendo agências de turismo, transportes, estabelecimentos hoteleiros e outros fornecedores.²²

O problema principal dessas situações é o fato de que o contratante se encontra fora de seu país, possivelmente em localidades cujo idioma ou não domine ou sequer conheça, de modo que não conhece a legislação e ainda menos os órgãos de auxílio à solução de conflitos aos quais poderia recorrer.

A relevância da proteção ao consumidor-turista se dá no fato de que o homem do século XXI vive em função de um novo modelo de associativismo: a sociedade de consumo (*mass consumption society* ou *Konsumgesellschaft*), caracterizada pelo domínio do crédito e do marketing, por um número crescente de produtos e serviços.²³

A fim de viabilizar a identificação desses sujeitos de direito e sua respectiva proteção, é chegado o momento de investigar quem e em que tipo de situação um indivíduo é visto pelo universo jurídico como “consumidor”. A busca das raízes históricas se mostra importante para que tenhamos uma melhor compreensão dos motivos pelos quais um diploma legal específico precisou ser confeccionado.

Por mais que se possa buscar uma análise puramente jurídica, que trate somente da evolução de elementos próprios do direito, o foco em qualquer momento histórico depende da análise em conjunto da modificação da sociedade e da evolução do direito, uma vez que a exploração descritiva de textos jurídicos, por si só, não cumpre a missão de indicar o significado das variadas apresentações do direito que surgem com o transcorrer do tempo. Nesse sentido, entende-se que todo o ato de sistematizar, a exemplo do pensamento, por ser obra humana, situa-se em traços histórico-culturais de padrões mutáveis historicamente.²⁴

²² SILVA, J. S. L. da. O consumidor turista estrangeiro no mundo: a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. Consumers foreign tourist in the world : the necessary establishment of a protection system and international cooperation. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 107, 2017.

²³ ALMEIDA, J. E. de. A historicidade do Direito do Consumidor. **Revista de Consumidor - Âmbito Jurídico**, [s. l.], 2011.

²⁴ SILVA, J. S. L. da. A evolução histórica sobre a proteção do consumidor e a previsão constitucional no Brasil. **ABDECON - Associação Baiana de Defesa do Consumidor**, [s. l.], 2018. p. 23.

Na Antiguidade, não obstante não seja possível afirmar que existia um direito do consumidor como conhecemos hoje, pode ser identificada uma preocupação com a qualidade dos produtos comercializados por mercadores. Os egípcios, que por motivos estéticos, religiosos e de saúde costumavam pintar o corpo com tintas e pós, já presenciavam certa competição entre os fabricantes destes produtos, reforçando essa preocupação com a qualidade oferecida.²⁵

Ressalta Silva que após a utilização inicial dos recursos naturais, com as transformações destes pelos homens, surgiram os produtos e os serviços que foram, paulatinamente, atingindo graus de variedade e complexidade, mormente após as revoluções nos setores científico, tecnológico e industrial.²⁶ Junto a isso, as relações jurídicas estabelecidas foram evoluindo, sempre acompanhando, é válido relembrar, as transformações sociais ocorridas a cada tempo.

Institutos como a responsabilidade objetiva, hoje prevista no Código de Defesa do Consumidor, podem ser reconhecidos, guardadas as peculiaridades, também em textos normativos muito antigos, como o Código de Hamurabi, editado no Império Babilônico.²⁷

Já os editos pretorianos da Roma Antiga, ao longo do segundo século, determinavam que os vendedores respondessem pelos vícios ocultos detectados, a posteriori, nos escravos vendidos, estabelecendo uma garantia de qualidade. Essa proteção contra vícios acabou por ser estendida a todos os demais bens e serviços colocados no mercado romano. Nos anos finais do direito romano, entre outros desdobramentos, destacou-se a existência dos *aediles curules*, espécie de policiais municipais com algumas funções de magistrados, que vistoriavam a cidade e os mercados para encontrar produtos e serviços viciados.²⁸

Disso se pode depreender que a exigência de padrões razoáveis de qualidade dos produtos comercializados é um fator histórico das civilizações.²⁹ Os desenvolvimentos da doutrina civilista e, mais recentemente, consumerista de proteção aos adquirentes de produtos ou serviços não são, como se poderia imaginar, marcas apenas na contemporaneidade.

²⁵ GUGLINSKI, V. Breve histórico do Direito do Consumidor e origens do CDC. **Editora Jus Podivm**, [s. l.], p. 1–29, 2013. Disponível em: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc>

²⁶ SILVA, J. S. L. da. A evolução histórica sobre a proteção do consumidor e a previsão constitucional no Brasil. **ABDECON - Associação Baiana de Defesa do Consumidor**, [s. l.], 2018.

²⁷ Por exemplo, o teor do Art. 233 – *Se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas*. GUGLINSKI, 2013.

²⁸ SILVA, J. S. L. Da, *op. cit.*

²⁹ Um dos itens de desejo mais típicos da Idade Média, cuja visualização, talvez pela maior proximidade aos dias atuais e pela vasta produção cinematográfica tenha se tornado algo mais fácil para nós, que foi a espada, confeccionada e comercializada pelas corporações de ofício, notoriamente recebia níveis de exigência crescentes por parte dos guerreiros, não restando opção além de aperfeiçoar sua qualidade.

Nos períodos posteriores à Idade Média, da era Moderna em diante, se sucederam importantes acontecimentos históricos e documentos normativos que moldaram parte a parte das bases que sustentaram a elaboração de conceitos e princípios que norteiam o direito consumerista. Assim foram a Magna Carta no Absolutismo monárquico, o Settlement Act na Inglaterra do século XVII e os eventos relacionados à Revolução Industrial (produção mecânica, criação de bens de consumo em quantidades muito maiores, êxodo rural).³⁰

Ao passo que o processo de industrialização alargou o público adquirente, incluindo agora os menos abastados, a melhoria salarial contribuiu para que o consumo fosse incentivado e se consolidasse, estabelecendo-se a sociedade massificada. O racionalismo e o liberalismo, propugnados na França por Rousseau e Montesquieu, foram estandartes em prol da busca pelo respeito aos valores fundamentais da pessoa humana. Assim também a Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, mas em cunho universal e abstrato, introduzindo a concepção de que o Estado é o instrumento através do qual o homem – seu verdadeiro fim – satisfaz seus direitos e atinge a felicidade.³¹

Antes de adentrarmos a esse campo do direito que abalou as estruturas do direito privado liberal, vale introduzir que as leis consumeristas, como conhecidas hodiernamente, são novíssimas, assim como a abrangência geral do enquadramento de um indivíduo como consumidor.³² Ao lado do Direito Ambiental, o Direito do Consumidor pertence hoje aos temas juspolíticos mais importantes de nossos tempos, por ser um ramo universal e nacional concomitantemente, espelhando os interesses e a conjuntura dos dois âmbitos também.³³

A estruturação atual do direito do consumidor, segundo Belanda, foi guiada pelo discurso do presidente norte-americano John Kennedy em 1961, em que a sociedade passou de era da sociedade da economia para a sociedade de consumo, favorecendo a preservação de direitos em geral.³⁴ Marques, por sua vez, explica que Jayme ressalta a existência de diversas visões ou imagens do consumidor no mundo, destacando a abstração na elaboração da norma e a concretização da figura do consumidor no caso que terá a lei aplicada:

³⁰ SILVA, J. S. L. da. A evolução histórica sobre a proteção do consumidor e a previsão constitucional no Brasil. **ABDECON - Associação Baiana de Defesa do Consumidor**, [s. l.], 2018.

³¹ SILVA, J. S. L. Da, 2018.

³² Durante a Idade Média, por exemplo, a desigualdade social e a exploração econômica sufocaram o comércio de bens e, ipso facto, a figura do consumidor restringiu-se aos nobres e aos clérigos. Vide Ibid.

³³ MARQUES, C. L. A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: Studium Generale sobre o consumidor como Homo Novus. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 85, p. 25–63, 2013a.

³⁴ BELANDA, D. NUANCES DO DIREITO CIVIL E CONSUMERISTA NA ERA DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 999, p. 549–562, 2019.

nenhum ordenamento jurídico do mundo vive sem uma figura (artificial) da pessoa-média, mas que na realidade, seja pela interpretação e pela forma de aplicação de cada ordem jurídica, a figura do consumidor se constrói de outra forma.³⁵

Ensina Marques que este ramo novo do direito possui caráter tutelar (protetório) ou "social" e somente foi introduzido nas faculdades de direito no Brasil a partir da Constituição Federal de 1988. De fato, o sujeito de direitos que este ramo transversal tutela, o consumidor, seus interesses individuais e coletivos, foi reconhecido pelo direito não faz muito tempo. Mencionado nos estudos da sociologia do fim do século XIX, que deram origem à economia que hoje conhecemos, tanto de Max Weber, Karl Marx e George Simmel, a verdade é que surgiu fortemente nos anos 60-70 do século XX.³⁶

Ainda que em grau de abstração, a caracterização da figura do consumidor é relacionada ao ordenamento, e por consequência, ao local em que a norma é criada. Veja-se que a França tem uma "figura da pessoa-média" ao tratar da publicidade enganosa, que é o consumidor razoavelmente atento (*consommateur moyennement avisé*), ao passo que o Direito brasileiro, como observado por Erik Jayme, ao abordar os mesmo tema, distingue crianças consumidoras de adultos no art. 37 do Código de Defesa do Consumidor³⁷, conferindo o caráter de proteção à dignidade dos pobres e cuidado maior com as crianças.³⁸

O consumidor – como agente econômico – jamais terá e nem quer ter a mesma expertise do empresário ou fornecedor, mas mesmo assim ele deve receber as informações e esclarecimentos como sinal de respeito e boa-fé.³⁹ Miragem acrescenta que a atividade turística promove condições para a recuperação psicossomática e desenvolvimento pessoal e social daquele sujeito que a desfruta.⁴⁰ Visto que é estabelecido no art. 6º, *caput*, da CF/1988, o direito ao lazer é direito fundamental social, devendo o Poder Público incentivar sua prática como forma de promoção social, em consonância com o art. 217, § 3.º, da CF/1988.

No âmbito do turismo internacional, além do direito consumerista, o fato de as relações criadas serem dotadas de elementos de estraneidade enseja o tratamento também pelo Direito

³⁵ MARQUES, 2013a.

³⁶ BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

³⁷ Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

(...) § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. (*grifei*) BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm.

³⁸ MARQUES, C. L. *op. cit.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 85, p. 67–113, 2013.

Internacional Privado⁴¹, que indicará ao fim a lei aplicável para a solução dos conflitos emergentes. É claro que, como será visto adiante, aquele elemento pode ser justamente o que permite que o conflito seja solucionado pelo ordenamento brasileiro.

Neste ponto, não pode ser esquecido o fato de que o CDC, por reunir normas de ordem pública, tem aplicação prioritária em relação a normas estrangeiras cujas disposições contrariem o que o CDC estabelecer. A previsão provém do art. 17 da Lei de Introdução (LINDB), que assim prescreve: “as leis, atos e sentenças de outro país, bem como quaisquer declarações de vontade, não terão eficácia no Brasil, quando ofenderem a soberania nacional, a ordem pública e os bons costumes.”⁴²

A proteção da pessoa humana é a finalidade primeira para a disciplina de DIPr, segundo Nadia de Araújo, e os direitos humanos informam os limites à utilização do método multilateral.⁴³ Como elucida Erik Jayme, a cujos ensinamentos o acesso é dado por Claudia Lima Marques, o direito do consumidor, enquanto direito humano de nova geração, merece um arcabouço protetivo no campo internacional; o DIPr,

um dos ramos mais sensíveis às mudanças sociais, políticas e jurídicas do final do século, pois evita conflitos ideológicos e valorações negativas quanto aos direitos nacionais”, em sua faceta pós-moderna, assegura um patamar mínimo de efetividade de direitos para o lado enfraquecido no comércio internacional, o agente econômico leigo, concretizando-se em “instrumento de proteção dos mais fracos e de realização da Justiça nestas sociedades internacionalizadas, integradas ou globalizadas atuais.”⁴⁴

Para se identificar o estrangeiro, este sujeito do turismo internacional, é necessário antes caracterizar o nacional, que depende dos critérios de nacionalidade do DIPr. A Convenção da Haia de 1930, concernente a questões relativas aos conflitos de leis sobre nacionalidade, estipula o princípio da competência para identificar a nacionalidade, dispondo que é tarefa de cada Estado determinar mediante legislação quais são os seus nacionais.⁴⁵

Segundo Dolinger e Tiburcio, esta legislação será aceita por todos os outros Estados, desde que esteja de acordo com as convenções internacionais, o costume internacional e os princípios de direito geralmente reconhecidos em matéria de nacionalidade”, que se completa

⁴¹ Daqui em diante, chamado de DIPr.

⁴² BRASIL. Decreto-Lei no 4.657, de 4 de setembro de 1942. Brasília: Presidência da República, 1942. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657compilado.htm.

⁴³ ARAÚJO, Nádia de. Direito Internacional Privado: teoria e prática brasileira. – 9. ed. rev. e atual. -- São Paulo: Revista dos Tribunais, Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁴⁴ MARQUES, C. L. 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 de consumo. **Curso de Direito Internacional, CJI/OEA**, Washington/Rio de Janeiro, p. 42, 2001.

⁴⁵ A Convenção da Haia de 1930 foi promulgada no Brasil pelo Decreto nº 21.798, de 06.09.1932, tendo sido assinada com reservas a alguns artigos do texto original. Decreto disponível em: <http://legis.senado.leg.br/norma/441685/publicacao/15695101>

com a norma contida no art. 2º: “Toda questão relativa ao ponto de saber se um indivíduo possui a nacionalidade de um Estado será resolvida de acordo com a legislação desse Estado.”⁴⁶ Ressalta Valério Mazzuoli de Oliveira que, entre os elementos de conexão trazidos pelo DIPr, a nacionalidade (*lex patriae*):

guarda grande relevância para o DIPr em geral, seja para resolver conflitos de leis no espaço relativos ao gozo, ao exercício ou ao reconhecimento de direitos. Trata-se de elemento de conexão bastante utilizado nas legislações de DIPr de vários países da Europa.⁴⁷

Segundo a Convenção, portanto, compete a cada país a definição dos critérios da nacionalidade. No Brasil a matéria é historicamente legislada na Constituição e regulamentada em leis ordinárias, sendo hoje regida pelo art. 12 da Constituição de 1988 e pela legislação ordinária⁴⁸. O disposto na alínea ‘a’ é regra decorrente do princípio *ius soli*, o qual toma por base a República Federativa do Brasil como toda extensão terrestre, fluvial, lacustre, marítima e aérea delimitada pelas normas do Direito Internacional Público.⁴⁹

De volta ao eixo central da tutela ao viajante brasileiro que vai ao exterior, esclarece Marques que, ao tentarmos identificar as medidas de proteção internacional do consumidor em direitos autônomos e supranacionais, *in verbis*:

observamos quão importantes foram as ideias de Neuhaus, Wengler, Eherenzweig, Jayme e von Hoffmann quanto à proteção da parte mais fraca nas normas sobre contratos internacionais Standards. Estas ideias foram introduzidas, com a ajuda de professores da França, Bélgica e Países Baixos, no direito europeu. Destaque-se que projeto de Convenção de Haia de 1979 não foi aceito e até hoje falta uma convenção mundial sobre a proteção internacional dos consumidores.”⁵⁰

Apesar da direção de aumento na nuance internacional do direito do consumidor ocorrido nas últimas décadas, com tentativas de harmonização entre diferentes países, a proteção do consumidor se mantém como política nacional e regional (como a União Europeia e o Mercosul). Ao passo que o direito ambiental já possui dimensões globais, o consumerista não recebeu nenhuma convenção ou instrumento normativo efetivamente internacional além do

⁴⁶ DOLINGER, J.; TIBURCIO, C. **Direito Internacional Privado**. 14.ed. [S. l.]: Grupo GEN, 2018. Disponível em: <https://doi.org/9788530980740>

⁴⁷ OLIVEIRA, V. M. de. **Curso de Direito Internacional Privado**. 4. ed.ed. [S. l.]: Grupo GEN, 2019. Disponível em: <https://doi.org/9788530985448>

⁴⁸ O dispositivo estabelece que são brasileiros natos: “os nascidos na República Federativa do Brasil, ainda que de pais estrangeiros, desde que estes não estejam a serviço de seu país; os nascidos no estrangeiro, de pai brasileiro ou mãe brasileira, desde que qualquer deles esteja a serviço da República Federativa do Brasil; e os nascidos no estrangeiro de pai brasileiro ou de mãe brasileira, desde que sejam registrados em repartição brasileira competente ou venham a residir na República Federativa do Brasil e optem, em qualquer tempo, depois de atingida a maioridade, pela nacionalidade brasileira”.

⁴⁹ DOLINGER; TIBURCIO, *op. cit.*

⁵⁰ MARQUES, 2013a.

UN Guidelines on Consumer Protection (UNGCP) publicado em 1985 e revisado nos anos de 1999 e 2015.⁵¹

As diretrizes sobre proteção dos consumidores estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1985, que contaram com revisão em 1999 para incluir o consumo sustentável, foram novamente revistas e atualizadas em 2015. No último documento foram dispostas, como sintetizado por Marques,

importantes novidades, como em matéria de consumo de produtos e serviços essenciais, consumo à distância por meios eletrônicos e móveis, de privacidade, sobre a proteção dos consumidores com vulnerabilidade agravada ou hipervulneráveis (“vulnerable and disadvantage consumers”), em matéria de serviços financeiros e de crédito, de energia, de turismo e transporte de massa, reforçando o poder das agências de proteção administrativa dos consumidores, a proteção internacional dos consumidores e a cooperação internacional na matéria.⁵²

A revisão das diretrizes se orientou no sentido de conceituar o direito do consumidor como um direito humano de nova geração (ou nova dimensão), um direito social e econômico, um direito de igualdade material do mais fraco, do leigo, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos profissionais, os empresários, as empresas, os fornecedores de produtos e serviços, que nesta posição são experts, parceiros considerados "fortes" ou em posição de poder.

Diante do exposto e tendo em vista a celebração de inúmeros contratos pelos turistas para a concretização dos fins almejados ao decidirem se deslocar, é relevante compreender o raciocínio de Marques sobre a função social do direito privado:

A atual função social do direito privado é a proteção da pessoa em face dos desafios da sociedade massificada, globalizada e informatizada atual. Se as relações de consumo têm funções econômicas, têm funções particulares de circulação das riquezas, a função social deve necessariamente envolver o reconhecimento da vulnerabilidade da pessoa humana, nos seus vários papéis ou status, inclusive de consumidor na sociedade de consumo atual.⁵³

Embora as disposições do Código de Defesa do Consumidor disciplinem toda a variedade de relações de consumo, que envolvem a comercialização de produtos e a prestação de serviços, neste trabalho serão enfatizadas as questões pertinentes à ocorrência de defeito na

⁵¹ MARQUES, C. L. International Protection of Consumers as a Global or a Regional Policy. **Journal of Consumer Policy**, [s. l.], p. 57–75, 2020a. p. 58

⁵² MARQUES, C. L. Texto das diretrizes de proteção do Consumidor, revisão de 2015 pela assembleia geral da ONU, em inglês e espanhol. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 104, 2018.

⁵³ BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. Manual de direito do consumidor. 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

prestação de serviços, porque são a parcela mais expressiva dos negócios jurídicos celebrados em viagens. Tendo em vista que a busca de reequilíbrio entre as partes contratuais se dirige à proteção dos vulneráveis, é de suma importância conceituar juridicamente essa categoria de pessoas no universo do direito privado. Ao final, dessas ponderações, os elementos poderão ser analisados em conjunto para entendermos a tutela oferecida pelo direito brasileiro aos turistas que partem ao exterior.

1.2 A HIPERVULNERABILIDADE NA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

Para que se possa entender o consumidor turista internacional enquanto sujeito hipervulnerável da economia global, é importante resgatar os conceitos de vulnerabilidade e hipervulnerabilidade na doutrina e seu uso no ordenamento jurídico brasileiro.

O tema da vulnerabilidade é relativamente recente na doutrina jurídica brasileira e decorre da aproximação que o Direito Privado, em seu processo de renovação para atender as demandas atuais, vem tendo dos direitos humanos. Se este ramo agora também é orientado pela ordem pública constitucional, passa a ter uma função social que se coloca para além da tutela aos interesses individuais, de modo a abraçar em uma medida ou outra a proteção dos vulneráveis.⁵⁴

Os avanços promovidos pelas constantes reflexões e questionamentos dos princípios norteadores do direito privado levaram ao resultado de ter a dignidade da pessoa humana como valor-guia e “*Übergrundrecht*”: a interpretação e aplicação do direito devem ser definidos segundo os valores provenientes daquele conceito.

A vulnerabilidade pertence a esse arcabouço do direito privado contemporâneo, cuja adequada aplicação no mundo dos fatos pressupõe a correta caracterização e identificação daquele conceito. O período pós-moderno tende a destacar o que há de “diferente” e “privilegiador” nestes novos direitos humanos, tolerando a desigualdade formal para atingir a igualdade material.⁵⁵

Em obra de grande contribuição para o entendimento desse tema, Marques e Miragem introduzem que Gierke já discorria sobre a vulnerabilidade há 30 anos, no seu livro “A proteção dos mais fracos”, afirmando que, embora o tema fosse antigo e objeto dos mais importantes e

⁵⁴ MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. ISSN 1098-6596.v. 2 p. 6

⁵⁵ Ibid.

decisivos do Direito, raramente recebia tratamento global em razão de sua complexidade, tendo ele mesmo que fazer algumas escolhas.⁵⁶ Segundo Miragem, “só há razão de haver um direito especial fundante de uma ordem pública de proteção, frente a critério que legitime a diferenciação”.⁵⁷ Esse critério é justamente a presença da vulnerabilidade.

Os autores do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90, expuseram o motivo de a vulnerabilidade ser premissa para o direito do consumidor. Ela provém do reconhecimento da posição de “inferioridade” do consumidor diante do fornecedor, uma vez que este possui os meios de produção e o controle do mercado, colocando o consumidor em situação de relativa “passividade”.⁵⁸

A doutrina francesa vai na mesma linha, conceituando a vulnerabilidade como essa noção de que ao consumidor a suscetibilidade a sofrer um dano é bem maior, além de ser constatada a “sujeição relativamente inevitável do consumidor, no mercado de consumo e na inegável constatação da superioridade profissional do fornecedor, ao menos aprioristicamente, pois este é (ou deve ser) um especialista naquilo que se dispõe a oferecer no mercado”.⁵⁹

Em outras palavras, o escopo da lei é promover o equilíbrio dos sujeitos da relação de consumo, “mitigando os efeitos de uma relação de subordinação estrutural do consumidor ao fornecedor (igualdade) de modo a assegurar sua regular ação na realização de seus interesses legítimos no mercado (liberdade).”⁶⁰

Quanto aos fundamentos dos ordenamentos jurídicos na modernidade e na atualidade, ponderam e apontam Marques e Miragem que:

tanto a modernidade, quanto a pós-modernidade são baseadas no discurso dos direitos. A primeira no discurso dos direitos adquiridos, na segurança e ordem (institucional), e a segunda, nos direitos qualificados por sua origem, no discurso dos direitos humanos e fundamentais, como resultados de um objetivo de política legislativa de agora tratar desigualmente, aqueles sujeitos da sociedade considerados vulneráveis ou mais fracos (crianças, idosos, deficientes, trabalhadores, consumidores, por exemplo).⁶¹

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ MIRAGEM, B. Princípio da vulnerabilidade: perspectiva atual e funções no direito do consumidor contemporâneo. In: MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B.; MAGALHAES, L. A. (org.). **Direito do Consumidor - 30 anos de CDC**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*.

⁵⁸ PASQUALOTTO, A.; SOARES, F. R. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 113, p. 81–109, 2017. p. 83

⁵⁹ Ibid. p. 84

⁶⁰ MIRAGEM, B. Princípio da vulnerabilidade: perspectiva atual e funções no direito do consumidor contemporâneo. In: MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B.; MAGALHAES, L. A. (org.). **Direito do Consumidor - 30 anos de CDC**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*.

⁶¹ MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. ISSN 1098-6596. v. 2. p. 52

A partir dessa diferenciação, pode-se concluir que, de maneira geral, as disposições do Código Civil (embora esse código seja mais recente que o consumerista) se alinham aos valores da modernidade, enquanto ao Código de Defesa do Consumidor se alinham os da pós-modernidade.⁶² Acrescente-se que estudos recentes europeus acerca da vulnerabilidade sugerem uma distinção conceitual em relação aos conceitos de igualdade ou desigualdade entre os indivíduos, porque enquanto estes partem de uma noção objetiva e consolidada de comparação de situações ou pessoas com base na máxima aristotélica de “tratar igualmente aos iguais, e desigualmente aos desiguais, na medida da sua desigualdade, para alcançar o justo”, a vulnerabilidade é uma noção flexível e ainda não consolidada. É “filha” daquele princípio, mas contém “os traços de subjetividade que a caracterizam: a vulnerabilidade não necessita sempre de uma comparação entre situações e sujeitos”.⁶³

A situação de uma pessoa que, além da assimetria característica das relações de consumo, testemunha uma majoração dessa diferença financeira, técnica, informacional, em razão de algum aspecto pessoal, como a idade avançada. Conforme esclarecem Pasqualotto e Soares, essa conjuntura demonstra:

uma condição de agravamento da vulnerabilidade reconhecida ao consumidor, pela ótica do CDC. Assim, se o consumidor em geral é vulnerável (...), determinadas categorias de consumidores, por estarem em situação de um maior potencial de risco de lesão que aqueles em condições relativamente “normais”, podem ser consideradas como hipervulneráveis.⁶⁴

A hipervulnerabilidade das crianças é objeto de estudos e construções doutrinárias para combater a publicidade dirigida ao público infantil. Nesse quadro, a criança se encontra como consumidora, o que já a faz vulnerável, e consumidora de pouca idade, agravando aquela condição. Como colocado por Cezaro e Silva, “esses consumidores possuem fragilidades maiores e necessitam de mais cuidados e proteção, pois podem ser vítimas fáceis, tendo em vista sua falta de maturidade física e mental, ou seja, são pessoas em desenvolvimento.”⁶⁵ Disso, pode-se concluir que eles sofrem ainda mais com a massificação do consumo e com a persuasão das propagandas direcionadas.

O Código de Defesa do Consumidor, como já comentado anteriormente, declara em seu artigo 37, parágrafo segundo, abusiva a publicidade direcionada ao público infantil, posto que ela se beneficia da deficiência de julgamento da criança. Da base constitucional de amparo à

⁶² Ibid.

⁶³ MARQUES; MIRAGEM, 2014.

⁶⁴ PASQUALOTTO, A.; SOARES, F. R. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 113, p. 81–109, 2017.

⁶⁵ CEZARO, J. de; SILVA, R. de. A hipervulnerabilidade do consumidor criança frente à publicidade infantil. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 19, 2020.

criança foi desdobrado o Estatuto da Criança e do Adolescente, que detalha os instrumentos de proteção a serem usados visando ao “melhor interesse” do menor, como disposto no artigo 43 do diploma legal. A Organização das Nações Unidas também traçou formas de proteção.⁶⁶

No que tange aos idosos, a tutela de seus direitos também possui base constitucional, inspirada nos princípios da solidariedade e da proteção,⁶⁷ além do reforço proporcionado pela elaboração do Estatuto do Idoso, Lei 10.741/2003.⁶⁸

Enquanto situado na posição de consumidor, então, a vulnerabilidade é agravada e se enquadra o idoso como hipervulnerável, tal qual é feito com a criança, visto que é “possível a efetivação de controle da exploração dos mais fracos economicamente a partir da Carta Magna, em especial, os idosos, que estamos a designar de hipervulneráveis.”⁶⁹

São reconhecidos também como hipervulneráveis na sociedade de consumo os indivíduos refugiados, porque receber apenas o enquadramento como vulneráveis, conforme Garbini, Squeff e Santos, “apesar de essencial e indispensável, não se revela suficiente em relação àqueles consumidores que apresentam, por condições a si mesmos inerentes, características que os colocam em posição de maior fragilidade perante os demais.”⁷⁰ Esses grupos de indivíduos que se deslocam em massa para outros países já têm entre suas motivações, em geral, a busca pela proteção do Estado para o qual se dirigem (quando não é o caso de nem mesmo terem poder de escolha sobre migrar ou não).⁷¹

O contexto pós-moderno do assédio de consumo permite também identificar as gestantes como hipervulneráveis, visto que em razão de aspectos “fáticos ou socioeconômicos,

⁶⁶ A Declaração dos Direitos da Criança, de 1959 (Assembleia-Geral das Nações Unidas) dispõe que a vulnerabilidade da criança é reconhecida universalmente: “a criança, por motivo da sua falta de maturidade física e intelectual, tem necessidade de uma proteção e cuidados especiais, nomeadamente de proteção jurídica adequada, tanto antes como depois do nascimento”. Podemos considerar uma pessoa como criança até que ela complete 18 anos de idade.

⁶⁷ Veja o art. 230 da CF/1988, que traz regra expressa acerca da proteção do idoso no âmbito da sociedade: “A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida”. BRASIL. **Constituição da República Federativa de 1988**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

⁶⁸ Entre os riscos ensejadores do reconhecimento dessa vulnerabilidade, “tanto nas suas relações familiares quanto com a sociedade em geral, está o da sua marginalização, porquanto, não raro, retira-se do mundo do trabalho, reduz e compromete sua renda e sua capacidade física.” MARQUES; MIRAGEM, 2014.

⁶⁹ SCHMITT, C. H. A “Hipervulnerabilidade” Do Consumidor Idoso. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 70, p. 139-ss., 2009.

⁷⁰ GARBINI, V. G.; SQUEFF, T. de A. F. R. C.; SANTOS, T. F. S. de A. A vulnerabilidade agravada dos refugiados na sociedade de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 119, p. 19–47, 2018.

⁷¹ Acrescentam os autores que “o Estado tem um papel fundamental na facilitação da adaptação e integração dessas pessoas, o que envolve a criação de políticas públicas as quais normalmente não estão no centro das preocupações estatais. Isso, pois, o posicionamento dos países que acolhem refugiados dificilmente é receptivo.” Ibid.

técnico ou profissional, jurídico ou científico, informacional e biológico, possuem sua vulnerabilidade temporariamente agravada nos, aproximadamente, 9 meses gestacionais.⁷²

A temática se mostra ampla e comporta variados grupos de pessoas que compõem a sociedade, podendo também ser considerados hipervulneráveis a pessoas com deficiência, os portadores de certas doenças crônicas e os analfabetos.

Os turistas, objeto de análise mais aprofundada nesse trabalho, também merecem o reconhecimento como hipervulneráveis quando em território estrangeiro, porque se a contratação por meio eletrônico em sítios internacionais para adquirir produtos ou serviços já enseja um grande agravamento à vulnerabilidade do consumidor,⁷³ a contratação relacionada ao turismo deixa o consumidor ainda mais suscetível a tentações e ilusões causadas pelo desejo de usufruir das melhores viagens.

É nítida a evolução ocorrida com o passar do tempo no campo do turismo: mais pessoas se encorajam hoje a viajar sem a intermediação de agência de viagens, as quais são disciplinadas pela Lei nº. 11.771/2008 (Lei das Agências de Turismo)⁷⁴, que, em termos de direito civil, é a responsável ou responsável solidária por problemas corridos no uso do pacote adquirido. Com essa “independência”, acabam ficando menos amparadas pelo direito consumerista. Será visto adiante que a presença de uma agência auxilia a tutela desse consumidor hipervulnerável.

O contexto em que se coloca esse turista, consumidor leigo no assunto, é sintetizado por Joseane da Silva, que destaca, com base em análise realizada por Claudia Lima Marques sobre o consumidor turista internacional:

as barreiras linguísticas e culturais jungidas às deficiências informacionais e aos vícios que podem acometer produtos e serviços intensificam-se com a fragilidade do turista, por isso Kropholler defende que a estrutura normativa internacional privada não pode ser “lacunosa e insegura para os contratantes mais fracos”.⁷⁵

Quanto à contratação online, que entra no conceito de e-turismo, a realidade da massificação contratual é mais um elemento que corrobora e acentua a fragilidade do

⁷² SILVA, L. T. da P.; RODRIGUES, I. de A. A vulnerabilidade agravada da consumidora gestante, o assédio de consumo e o dever de informação do Estado e dos fornecedores. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 20–36, 2020. Disponível em: <https://link.gale.com/apps/doc/A647747722/AONE?u=capex&sid=AONE&xid=4de0ce88>

⁷³ SOUZA, C. B. C.; SALIB, M. L. L. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 64–84, 2019.

⁷⁴ Ressalte-se que há um projeto de lei objetivando alterar a responsabilidade das agências de turismo: <https://www.camara.leg.br/noticias/730438-projeto-altera-responsabilidade-da-agencia-de-turismo-por-voe-hotel/>

⁷⁵ SILVA, J. S. L. da. O consumidor turista estrangeiro no mundo : a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. Consumers foreign tourist in the world : the necessary establishment of a protection system and international cooperation. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 107, p. 1–28, 2017b.

consumidor perante o contrato de adesão, principalmente se for um turista de país diferente daquele onde será prestado o serviço. Ademais, não são contratos duradouros, ao contrário dos negócios comerciais internacionais, de modo que não podem receber a mesma regulamentação. Os negócios jurídicos estabelecidos entre os turistas e os fornecedores estrangeiros são essencialmente caracterizados pela "descontinuidade".⁷⁶

Outro fator importante é que o valor pequeno desestimula muitos turistas ao exercício dos seus direitos como consumidores, para evitar despesas judiciais elevadas, conduzindo-os a se manter silentes ou a se limitar a uma tentativa de resolução do problema apenas em sede administrativa. A dificuldade de recompensa da inexecução ou execução que frustrou a expectativa quanto ao produto ou serviço ofertado também influencia a decisão de não processar: nas hipóteses de contratação no campo do turismo, é muito difícil refazer aquilo que já se passou, acabando geralmente o litígio por ser resolvido com uma resposta apenas econômica.⁷⁷

Por fim, o desenvolvimento individualizado por país da proteção ao consumidor, nomeado por Erik Jayme de "fragmentação" na tutela deste sujeito frágil, faz ainda mais insatisfatória e lacunosa a proteção quando em território estrangeiro, como acontece com o turista.⁷⁸

Não há dúvida sobre a urgência de serem criadas normas de DIPr para a proteção do consumidor, diante da inadequação das regras de comércio internacional para reger esses vínculos, que entre outras diferenças, não possuem a chamada 'posição igualitária' para exercer a autonomia da vontade no momento de contratar.

Partindo do pressuposto de que o direito comparado é um dos caminhos possíveis para enriquecermos o direito pátrio, vale mencionar o tratamento do DIPr alemão para esse assunto. Como traz Marques, apesar de ter sido mantido o princípio da nacionalidade, o DIPr alemão estabeleceu, para diferentes tópicos, "a conexão com a residência habitual e com o mercado como a mais justa. O Brasil, ao contrário, praticamente não desenvolveu a residência habitual como elemento de conexão na Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro" (LINDB)⁷⁹.

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ NORDMEIER, Carl Friedrich. Direito internacional privado: implicações em viagens aéreas internacionais e a situação jurídica dos passageiros. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, vol. 73. p. 207-223, jan.-mar.2010 in: Ibid.

⁷⁹ BRASIL. **Decreto-Lei no 4.657, de 4 de setembro de 1942**. Brasília: Presidência da República, 1942. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657compilado.htm.

Essa é uma diferença que indica o quanto a pauta da proteção ao consumidor não é algo que receba muita atenção na agenda legislativa brasileira.⁸⁰

Para Kropholler, como absorvido da análise de Joseane da Silva, “o DIPr terá que evoluir para um conjunto normativo impregnado de valores sociais a fim de que a parte mais fraca possa ser melhor protegida.” Diferentes estudos acerca da implementação desse sistema protetivo de cooperação global concluem que há uma grande jornada a ser percorrida até que seja deixada para trás a *lex mercatória* nos litígios consumeristas, sendo substituída por um aparato jurídico que reconheça, entre outros aspectos, a vulnerabilidade do contratante estrangeiro.⁸¹

Segundo Cláudia Lima Marques, há três maneiras de introduzir o direito do consumidor: a *sistemática*, através do sistema de valores e direitos fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal de 1988; a *dogmático-filosófica*, através da filosofia de proteção dos mais fracos ou do princípio tutelar (*favor debilis*), que orienta o direito dogmaticamente, em especial as normas do direito que se aplicam a esta relação de consumo; e a *socioeconômica*, que observa as sociedades de consumo de massa, a visão econômica dos mercados de produção, de distribuição e de consumo a partir da sociologia do direito, ressaltando a importância e da regulação especial do consumo.⁸²

Podemos usar como ponto de partida a concepção dogmático-filosófica para brevemente abordar a origem e a finalidade do Código de Defesa do Consumidor no ordenamento brasileiro (Lei 8.078 de 1990), tendo em vista a ênfase em esclarecer o princípio da vulnerabilidade.

No Brasil, a proteção afirmativa dos consumidores foi traduzida em direito fundamental e em princípio da ordem econômica nacional mediante redação dos artigos 5º, XXXII e 170, V, respectivamente, da Constituição Federal.⁸³ Esse avanço pode ser justificado pelo

⁸⁰ MARQUES, C. L. A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: Studium Generale sobre o consumidor como Homo Novus. Revista de Direito do Consumidor, [s. l.], v. 85, p. 25–63, 2013. Acrescente-se, ainda: “Como na Alemanha, as normas de Ordem Pública Nacional (normas de natureza imperativa, segundo Savigny) de proteção do consumidor, são usadas na proteção dos mais fracos como normas que defendem um interesse de ordem pública positiva. O Direito nacional é visto então como normas de proteção de Ordem Pública e aplicado mesmo a casos internacionais (exemplo é o caso Panasonic).”, p. 12 (grifei).

⁸¹ SILVA, J. S. L. da. O consumidor turista estrangeiro no mundo: a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. Consumers foreign tourist in the world : the necessary establishment of a protection system and international cooperation. Revista de Direito do Consumidor, [s. l.], v. 107, 2017. p. 7

⁸² BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. Manual de direito do consumidor. 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

⁸³ Art. 5º, XXXII: Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: (...) XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

reconhecimento da vulnerabilidade inerente à posição de consumidor frente ao fornecedor de produtos ou serviços.

A evolução dos axiomas estabelecidos pelo próprio direito privado, inicialmente circunscritos nas concepções da Revolução Francesa, como a liberdade e a igualdade, consistiu em um processo de suavização do rigor na elaboração e execução das obrigações contratuais. Foi aos poucos superada a ideia de que para a existência de igualdade na sociedade significaria uma igualdade formal, pensamento típico do século XIX.⁸⁴ Como anteriormente explanado, o consumidor é um sujeito vulnerável e, portanto, a presença de uma igualdade formal não se mostra suficiente. É necessária a igualdade material, que leva ao tratamento desigual para os desiguais e igual somente para os iguais, a fim de se atingir certo equilíbrio nas relações de consumo.⁸⁵

Essa busca pelo reequilíbrio depende de intervenção estatal, que deverá assegurar direitos aos mais fracos (*favor debilis*) e impor deveres àqueles que ocupam a posição jurídica mais forte (*Machtposition*, no direito alemão), seja por deterem mais informações técnicas, seja por transferirem os riscos e custos. Os fornecedores de produtos e serviços estão invariavelmente em vantagem diante dos adquirentes.⁸⁶ A antiga distinção absoluta da função dos dois campos fazia com que a limitação e a proteção das esferas (internas e externas) de vida do indivíduo fosse uma missão própria do direito privado, o que não é mais o caso hoje.⁸⁷

Assim, concluiu-se que, para realizar a igualdade, como ideal do justo, o direito privado necessitava de um pouco do imperium ou da intervenção do Estado, típica do direito público,

(...) V - defesa do consumidor; BRASIL. **Constituição da República Federativa de 1988**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

⁸⁴ SILVA, L. R. F. O princípio da igualdade e o Código de Defesa do Consumidor. In: MIRAGEM, B.; MARQUES, C. L. (org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. v. 1.

⁸⁵ MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. ISSN 1098-6596. v. 2.

⁸⁶ Segundo Gierke, se o direito privado (*jus singulorum*) persegue inicialmente fins individuais, deve também buscar o bem público, haja vista sua função social, assim como o direito público (*jus populi*), se visa inicialmente o todo, deve também ser justo com o indivíduo e suas necessidades. MARQUES; MIRAGEM, 2014. p. 15

⁸⁷ E acrescenta Marques, conforme o mestre alemão do século XIX, Otto von Gierke: “não pode ser a “última palavra”, pois há um fim comum entre os dois ramos, o direito público e o direito privado. Isto contribuiu para a superação da visão absoluta dos “poderes” da pessoa livre ou dos direitos subjetivos privados e permitiu evoluir para uma função social da propriedade, e hoje do contrato, limitando os direitos (noção de abuso de direito) e limitando também as liberdades típicas das relações privadas, como a autonomia da vontade nos contratos (liberdade de contratar, de escolher o parceiro contratual e de clausular), incluindo nas normas deste novo direito privado e em sua interpretação a famosa a gota de óleo do social (Gierke, op. cit., p. 4-14), aqui representada pelo direito do consumidor.” Gierke, Otto von. *Die soziale Aufgabe des Privatrechts* (1889). Republicação organizada por Erik Wolf. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann, 1940, citado por MARQUES, p.47, em BENJAMIN, Antônio Herman V; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor** - 7ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

da hierarquia de suas normas (normas de ordem pública) e da força igualizadora dos direitos humanos. Em outras palavras, para realizar a igualdade material era necessário limitar também a liberdade de alguns, impor uma maior solidariedade no mercado (*favor debilis*) e assegurar direitos imperativos (indisponíveis por vontade das partes, direitos de ordem pública) aos mais fracos. Era necessário valorizar as desigualdades, as diferenças de poder, de informação, de especialização e de posição entre os sujeitos livres do mercado de consumo, e aplicar normas e princípios, como a boa-fé e a função social da propriedade e dos contratos, que ajudassem a reequilibrar com equidade as situações diferenciadas, como as de consumo.⁸⁸

Trata-se de um Código de origem constitucional (Art. 5º, XXXII, Art. 170, V e Art. 48 ADCT da Constituição Federal de 1988), elaborado com a consciência das circunstâncias atuais e da necessidade de tutela deste agente da economia. Como leciona Marques, é:

um todo-construído com uma lógica de ordem pública de proteção no mercado, um microssistema aberto aos direitos dos consumidores que podem estar em outras leis e tratados, e que aproximou de forma brilhante o regime do fornecimento de produtos e serviços, preparando assim o mercado de consumo brasileiro para o futuro.⁸⁹

O mandamento de promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII da CF/1988) implica que o Estado, no âmbito de seus três poderes, deve tutelar positivamente os interesses dos cidadãos que se identifiquem na posição jurídica de consumidores. Cuida-se de um direito subjetivo público geral, não apenas de proteção contra as atuações do Estado (direito fundamental de primeira geração), como também de atuação positiva (direito prestacional do Estado em favor dos consumidores).⁹⁰

Vejamos, então, de que maneira pode ser efetivada essa prestação positiva do Estado no campo das relações de consumo internacionais, notadamente de finalidade turística.

⁸⁸ BENJAMIN, Antônio Herman V; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor** - 7ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 48

⁸⁹ MARQUES, C. L. Um código para todos ou 30 anos de código de defesa do consumidor: conquistas e standards estabelecidos (*acquis consumens*) face ao mundo digital. *In: O direito do consumidor no mundo em transformação* [livro eletrônico]. 1.ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020b.

⁹⁰ À primeira faceta do direito dos consumidores, os direitos civis frente ao Estado, correspondem os *Abwehrrechte*, do direito civil alemão, que numa tradução literal caracterizam o aspecto de defesa em relação a ações do Estado, direito de exigir que algo não seja feito. Por outro lado, correspondem à segunda, os direitos fundamentais de nova geração, os *Rechte auf positive Handlungen* (direito a ações positivas). Esse também é o entendimento do jurista alemão e filósofo do direito Robert Alexy em *Theorie der Grundrechte*. BENJAMIN, Antônio Herman V; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe, *op. cit.*

2 PROTEÇÃO OFERECIDA PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AO TURISTA INTERNACIONAL

A fluidez da conceituação de utilidade no turismo, gerada pelo fato de que a organização e funcionamento dos serviços se vinculam às condições de satisfação do consumidor, leva ao contexto de com frequência não se mostrarem mensuráveis a partir de critérios objetivos. Sua finalidade de gerar benefícios terapêuticos, de permitir o descanso e a diversão, dificulta a identificação do cumprimento do que tiver sido pactuado.⁹¹

Nesta senda, o que configura uma boa prestação do serviço turístico para um, pode não ser visto da mesma maneira por outro consumidor do mesmo serviço. Considerando que a atividade de turismo é positiva para as nações, para o conhecimento mútuo e respeito intercultural, de modo a colaborar para a paz no mundo, como declara a Organização Mundial do Turismo, seu fomento passa pela proteção ao viajante.⁹²

Importante ressaltar que, não obstante a pauta há muito tenha transpassado as fronteiras das ordens jurídicas nacionais e se deva continuar a observar as vantagens de um diálogo cada vez mais aberto a modelos transnacionais e estruturas argumentativas de cunho universal, adverte-se a necessidade de que as soluções para os problemas específicos tenham em vista as circunstâncias e peculiaridades de cada ordem jurídica.⁹³

O Código de Defesa do Consumidor⁹⁴ é uma lei civilizatória, de ordem pública e função social, que estabeleceu e consolidou no Brasil, ao longo de seus 30 anos desde a promulgação, paradigmas mínimos de lealdade, de boa-fé, de transparência, de equilíbrio e harmonia nas relações entre fornecedores de produtos ou serviços e consumidores.⁹⁵ Tais princípios configuraram standards que influenciaram ativamente em nosso mercado e evoluíram tanto a sociedade de consumo, quanto as expectativas de consumo das famílias, responsável por 65,5%

⁹¹ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 85, p. 67–113, 2013.

⁹² MARQUES, C. L. Esforços para incluir o tema da proteção do turista na agenda de trabalho da Conferência de Haia e a proposta brasileira de “convenção de cooperação em matéria de proteção dos visitantes e turistas estrangeiros”. *Revista de Direito do Consumidor*, [s. l.], v. 90, p. 39–64, 2013b.

⁹³ SARLET, I. W. A influência dos direitos fundamentais e relações privadas, em especial na jurisprudência do STF e ao caso da proteção do consumidor. *In: O direito do consumidor no mundo em transformação* [livro eletrônico]. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁹⁴ Daqui em diante, chamado de CDC.

⁹⁵ Nas palavras de Cláudia Lima Marques, essa relação é entre experts e leigos (grupo que abrange os consumidores e os consumidores equiparados).

do PIB brasileiro em dezembro de 2019, atestando a expressividade de nossa sociedade de consumo e mercado interno.⁹⁶

Além da abertura desse microsistema para harmonizar os mecanismos de proteção existentes, o Código de Defesa do Consumidor possui instrumentos e critérios de transparência que o possibilitam se relacionar com a riqueza do século XXI (os serviços, os dados e outros “bens imateriais” ou “inteligentes” possibilitados pelo mundo digital), principalmente com o artigo 7º, *caput*, inaugurador da prática do Diálogo das Fontes - aplicação simultânea e coerente de diferentes leis iluminada pelos direitos fundamentais e valores da Constituição, sempre com a finalidade de proteção dos consumidores. Em recente artigo publicado, Marques intitula o conjunto de instrumentos regulatórios e standards de transparência e boa-fé que estão no Código de Defesa do Consumidor de “*Acquis consumens*”, expressão adaptada do “*Acquis*” do direito comunitário da União Europeia, dessa vez aplicada com a intenção de significar o que já foi conquistado pelo consumidor no mercado brasileiro e que deve seguir como patamar mínimo de proteção.⁹⁷

Não obstante a necessidade de atualização para atender as demandas da sociedade, como as questões atinentes ao superendividamento do consumidor e ao universo das tecnologias digitais, as grandes conquistas obtidas até hoje merecem ser contempladas e preservadas, a fim de que o Código de Defesa do Consumidor mude unicamente no sentido de receber novos mecanismos de tutela coerentes com os dias de hoje.

Existem variados mecanismos de proteção internacional do consumidor turista. Primeiramente, por meio das organizações internacionais, em que se destacam a OMT, a UNESCO e a ONU. Em outro patamar político-geográfico, estão os blocos regionais, como o MERCOSUL e a União Europeia. No âmbito nacional, por sua vez, há a legislação interna geral e específica para o tema, formando um arsenal com diferentes níveis de hierarquia normativa: Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, Lei Geral do Turismo.

Nesta toada, podem ser feitos dois apontamentos. Uma vez constatada a vulnerabilidade exacerbada do consumidor turista diante de fornecedores de produtos ou serviços deste ramo, principalmente quando a contratação ocorre no plano internacional, como já elucidado anteriormente; e assegurada a proteção jurídica desse indivíduo mediante aplicação do Código de Defesa do Consumidor e demais leis pertinentes ao tópico das viagens de turismo tanto no

⁹⁶ MARQUES, C. L. Um código para todos ou 30 anos de código de defesa do consumidor: conquistas e standards estabelecidos (*acquis consumens*) face ao mundo digital. In: O direito do consumidor no mundo em transformação [livro eletrônico]. 1.ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

⁹⁷ MARQUES, 2020b.

plano nacional quanto no internacional, podemos passar à análise dos instrumentos de tutela dos direitos da parte mais fraca dessa relação de consumo.

2.1 O INSTITUTO DA RESPONSABILIDADE CIVIL

Com o intuito de identificar e conceituar com clareza a responsabilidade civil, mormente quando ela se apresenta nos contratos de turismo, são necessárias, antes de tudo, duas investigações centrais. Ensina Gustavo Tepedino que, em primeiro lugar, é preciso identificar com precisão a causa do contrato de turismo, que frequentemente se torna nebulosa em razão de “uma série de núcleos contratuais (aparentemente) superpostos, como transporte, hospedagem, seguro, bilhetes para espetáculos ou atrações turísticas, que tende a dificultar a responsabilidade do agente de viagem em relação à segurança e ao sucesso da viagem. “Realizado isso, passa-se a identificar a norma aplicável, tarefa que nem sempre é considerada simples, tendo em vista o crescente e evidente caráter transnacional que o negócio analisado assume hoje em dia.”⁹⁸

Seguindo raciocínio bastante parecido, defende Adalberto Pasqualotto que a identificação da responsabilidade que, conforme o caso, vai recair sobre as agências, operadoras de turismo e demais fornecedores depende de se reconhecer a espécie de vínculo jurídico estabelecida entre as partes. A eventual obrigação de indenizar, por sua vez, também exige que seja esclarecida a natureza do dano sofrido pelo turista.⁹⁹

Além disso, cabe destacar a complexidade da conceituação de uma viagem turística e, por consequência, a identificação do cumprimento ou não de sua finalidade prevista. Veja-se, a propósito, o quanto nesses deslocamentos é comum o comportamento de associarmos trabalho a lazer, como bem ilustrado por Tepedino:

Sendo consentido oferecer um exemplo prático, dir-se-ia que, a despeito da seriedade dos participantes de um conclave jurídico, voltados inteiramente para suas preocupações científicas, não seria implausível e improvável que, ao interesse estritamente jurídico pudesse ser adicionada certa dose de interesse turístico.¹⁰⁰

⁹⁸ TEPEDINO, G. A responsabilidade civil nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 26, p. 83–95, 1998.

⁹⁹ PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

¹⁰⁰ TEPEDINO, *op. cit.*

A ideia salientada acima é parte da cultura de aproveitarmos as oportunidades de viajar para também vivenciar momentos de descontração. Este aspecto pode dificultar a delimitação do objeto da pactuação entre consumidor e fornecedor se fizermos uma análise desatenta. Como ressaltado por Tatiana Squeff, “esse contrato firmado entre consumidores e agências de turismo é complexo e em sua grande maioria envolve uma cadeia de fornecedores, prestadores de serviços, que devem operar em conjunto para a satisfação das expectativas iniciais dos consumidores.”¹⁰¹

Diante de um emaranhado de vínculos formados, deve ser feita uma empreitada de diferenciação entre o que decorre do contrato, o que é opção do próprio turista, para percorrer o caminho até que seja estabelecida a responsabilidade por cada situação ocorrida. Nesta lógica, temos que os efeitos do negócio, segundo Tepedino, tanto no que diz respeito à “exigibilidade das obrigações reciprocamente pactuadas entre as partes, como, principalmente, para fins de responsabilidade civil, dependem da individualização da causa do negócio, capaz de lhe dar autonomia (existência), validade e eficácia”. O contrato de turismo é classificado como atípico, bilateral, oneroso, comutativo, caracterizado pela prestação de serviços especializados relativos à organização de viagem para turismo, celebrado entre o operador de turismo ou a agência de viagens¹⁰² e o turista.¹⁰³

Se observarmos a questão do ponto de vista da finalidade deste tipo de viagem, o que a caracteriza não é a motivação psíquica do agente, normalmente com escopo cultural ou de entretenimento, como se pode vir a cogitar. O que mais importa, nesta análise, é o fato de que aquele objetivo enseja a transferência da responsabilidade para com a organização dos eventos que compõem o programa de viagem pretendido.¹⁰⁴

Deve ser levado em consideração que o turista busca justamente um estado de despreocupação, de modo que o contrato de turismo é invariavelmente uma obrigação de resultado. O negócio jurídico tem uma finalidade “para cuja consecução depende o viajante de uma exoneração de preocupações organizacionais, transferindo-as, por isso mesmo, ao agente, operador de turismo ou agência de viagens”.¹⁰⁵

¹⁰¹ SQUEFF, T. de A. F. R. C et al. **A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados.** [s. l.], 2012.

¹⁰² Art. 5º Para os efeitos desta Lei, as Agências de Turismo classificam-se nas 2 (duas) categorias abaixo, conforme os serviços que estejam habilitadas a prestar: I - Agências de Viagens; e II - Agências de Viagens e Turismo. (...) § 2º A Agência de Viagens e Turismo poderá utilizar-se da denominação de Operadora Turística. BRASIL. **Lei nº 12.974, de 15 de maio de 2014.** Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112974.htm.

¹⁰³ TEPEDINO, 1998.

¹⁰⁴ Ibid.; ZANCHET, M.; MARQUES, C. L. **A proteção dos consumidores no direito internacional privado brasileiro.** 160 f. 2006. - Universidade federal do rio grande do sul, [s. l.], 2006.

¹⁰⁵ TEPEDINO, 1998.

Considerando a causa do contrato de turismo, opõe-se a prestação de serviços de viagem, tida como um resultado útil ao viajante, ao pagamento de um valor, determinado ou determinável, correspondente a tais serviços. Convergindo com os autores acima referidos, Marques acrescenta a noção de que a relação contratual do consumidor existe com a agência de viagem, de modo a estar na posição de “exigir dela a qualidade e a adequação da prestação de todos os serviços que adquiriu no pacote turístico contratado, como se os outros fornecedores seus prepostos fossem.”¹⁰⁶

A inserção de cada vez uma maior quantidade de pessoas no cenário do turismo global leva ao fato de que, deixando de ser um “privilégio e traço distintivo de minorias, para abranger um número crescente de pessoas de diferentes classes econômicas,” aponta Miragem que gradualmente a qualidade dos serviços prestados a diferentes consumidores, conforme seu padrão aquisitivo se torna mais distinto.¹⁰⁷ Dessa maneira, o ingresso de novas classes sociais ao mercado de consumo, em especial a C e a D¹⁰⁸, causa uma pluralização dos fornecedores de serviços presentes no ramo turístico, colocando ainda mais em xeque a qualidade.

A massificação do turismo amplia os riscos a que são expostos os consumidores e terceiros-vítimas de serviços defeituosos.¹⁰⁹ Sendo múltiplas as atividades abraçadas por uma agência de turismo, tais como oferta de produtos turísticos próprios ou de terceiros, venda de bilhetes de viagem, colocação do viajante em hotéis e outros alojamentos, venda de bilhetes para espetáculos, serviços de transporte e de guia, seguros de viagem etc, inúmeros são os elos jurídicos formados. Antes de ser promovida a imputação de responsabilidade civil à agência ou aos fornecedores que com ela interagem na prestação de serviço ao turista, o elo vinculante precisa ser demonstrado. Tais ligações são bastante variáveis.”¹¹⁰

Note-se que, se estamos falando de uma obrigação de resultado, o adimplemento importa na execução plena e correta de tudo o que foi contratado pelo consumidor, com a motivação de alcançar determinado fim. Conforme Squeff, esse negócio jurídico também comporta o “dever específico de qualidade da prestação dos serviços que impõe aos

¹⁰⁶ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**, 8. ed., São Paulo: ed. RT, 2016, p. 516

¹⁰⁷ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹⁰⁸ Segundo o Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), as classes econômicas são definidas a partir dos rendimentos familiares per capita, expressos em valores (R\$) desde janeiro de 2014.

¹⁰⁹ MIRAGEM, *op. cit.*

¹¹⁰ PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

fornecedores não apenas o dever de execução total dos serviços contratados, mas também uma execução em conformidade com um standard de qualidade expectável.”¹¹¹

A análise do contrato de turismo é complementada por Tepedino, ao salientar que “cuida-se de contrato normalmente de adesão, onde ao turista não é dado discutir cláusulas, condições de pagamento ou cláusulas penais pelo inadimplemento”. Incide a lei do local onde se constituíram as obrigações, conforme a norma geral do art. 9.º da Lei de Introdução, trazendo à legislação brasileira a regulamentação dos contratos de turismo celebrados em território nacional. Em razão da disciplina do mencionado artigo, ocorre:

a aplicação de toda a disciplina relacionada a cláusulas abusivas de que trata o art. 6.º e 51 e ss. da Lei 8.078/90, bem como, em tema de responsabilidade civil, os dispositivos dos arts. 12 a 17 (responsabilidade pelo fato do produto ou serviço) e dos arts. 18 a 25 (responsabilidade por vício do produto e do serviço).¹¹²

O presente trabalho é voltado ao reconhecimento da responsabilidade civil ensejada pelo fato do serviço, chamado também pela própria legislação de defeito do serviço. Essa situação é caracterizada pela causação de danos ao consumidor e, no caso de o contrato ser relativo à prestação de serviços, incide a disciplina do art. 14 do CDC, a fim de responsabilizar o fornecedor pela reparação dos danos causados, de modo objetivo, ou seja, sem necessidade de haver culpa.¹¹³

Quanto aos danos sofridos, é importante mencionar que a prática jurisprudencial brasileira passou a reconhecer a cumulação de danos materiais, que muitas vezes em termos monetários são pequenos, com danos morais ou extrapatrimoniais pela frustração das expectativas de lazer para o momento de viagem.¹¹⁴

¹¹¹ SQUEFF, T. de A. F. R. C. **A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados.** [s. l.], 2012.

¹¹² TEPEDINO, 1998.

¹¹³ Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - o modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm.

¹¹⁴ MARQUES, C. L. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 9. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book*.

A Lei Geral de Turismo (Lei 11.771/2008) explicita o dever dos fornecedores de serviços turísticos de manter estrita obediência aos direitos do consumidor e define os prestadores de serviços turísticos,¹¹⁵ que são as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo: meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos.

A definição da agência de turismo vem em seu art. 27, que diz:

compreende-se por agência de turismo a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente.¹¹⁶

Na lição de Miragem, as agências analisadas, “além de intermediárias, são produtoras de serviços turísticos, exigindo-lhes conhecimento e expertise ainda mais especializados para identificação de demandas de turismo, eleição e oferecimento de serviços que atendam o interesse do consumidor.”¹¹⁷ Diante desse quadro, fica clara a assimetria técnica e informacional que existe entre o fornecedor e o adquirente dos pacotes.

Como já dito anteriormente, o contrato de turismo pode ter uma rede de colaborações entre diferentes fornecedores, para ao fim, atendendo a sua causa sistemática, proporcionar o lazer que buscado pelo contratante. A ideia pode ser resumida no sentido de que, sendo o contrato de turismo um instrumento obrigacional atípico, é integrado por diversos serviços conexos comumente conhecidos pela expressão “pacote de turismo”. Há ainda situações onde o vínculo entre a agência de turismo e o fornecedor direto do serviço pode assumir outras formas como, por exemplo, a representação comercial ou a mera gestão de negócios.¹¹⁸

O dever de informar do fornecedor acarreta o detalhamento sobre os procedimentos a serem cumpridos, horários, documentos necessários, além de informações que decorrem da própria prestação de serviços da agência, a exemplo do aconselhamento sobre opções e conveniências de bens e serviços como um diferencial na prestação de serviços realizada. O dever de informar ou aconselhar sobre detalhes fundamentais da viagem estão umbilicalmente ligados à obrigação contratual havendo, por consequência, responsabilidade da agência por

¹¹⁵ Nos artigos 34, IV, e 21, respectivamente. BRASIL. **Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Brasília: Presidência da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm.

¹¹⁶ Artigo 27 da Lei Geral de Turismo. Ibid.

¹¹⁷ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹¹⁸ PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

eventual violação dos deveres laterais do contrato. Diante disso, conclui-se que se houver efetivamente inadimplemento de contrato de prestação de serviços turísticos com pretensão indenizatória, tem-se hipótese de fato do serviço, regulado pelo art. 14 do CDC, aplicando-se o prazo prescricional de cinco anos, conforme o art. 27 do CDC.”¹¹⁹

Em recente decisão judicial sobre o dever de informar adequadamente o consumidor, estabelecendo precedente jurisprudencial, assim se posicionou o STJ:

RECURSO ESPECIAL. TRANSPORTE AÉREO. CONSUMIDOR. DEVER DE INFORMAÇÃO. NECESSIDADE DE VISTO DE CONEXÃO EM VOO INTERNACIONAL. DEFEITO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. INOCORRÊNCIA DE CULPA EXCLUSIVA OU CONCORRENTE DA VÍTIMA. INDENIZAÇÃO POR DANO MATERIAL E MORAL. 1. Polêmica em torno da responsabilidade civil de empresa de viagens credenciada por companhia aérea ao emitir bilhetes de viagem internacional (Estados Unidos), através do programa de milhagem, sem informar aos consumidores adquirentes acerca da necessidade obtenção de visto também do país onde o voo de retorno faria breve conexão (Canadá). 2. Necessidade de prestação de informações completas aos consumidores, inclusive acerca da exigência de obtenção de visto de trânsito para hipótese de conexão internacional por parte de empresa que emite as passagens aéreas. 3. Informações adequadas e claras acerca do serviço a ser prestado constituem direito básico do consumidor (art. 6º, III, do CDC). 4. Informações insuficientes ou inadequadas tornam o serviço defeituoso, ensejando responsabilidade pelo fato do serviço (art. 14, caput, do CDC) e a obrigação de reparar os danos causados aos consumidores. 5. Não caracterização da culpa exclusiva ou concorrente dos consumidores demandantes por não terem obtido visto do país em que ocorreria conexão do voo de retorno (Canadá). 6. Procedência da demanda, restabelecendo-se as parcelas indenizatórias concedidas pelo acórdão que julgou a apelação. 7. Precedente jurisprudencial específico desta Terceira Turma. 8. RECURSO ESPECIAL PROVIDO.¹²⁰

No que tange à organização de viagens turísticas como objeto da relação de prestação de serviço, a tendência é de que o fornecedor, neste caso, a agência de turismo, seja responsabilizada por danos gerados por qualquer parte vinculada juridicamente na atividade fim. Em outras palavras, ela é responsável por danos gerados pelo fornecedor que prestou um dos serviços diretamente, por exemplo os serviços de hospedagem ou de transporte. Justifica Miragem este entendimento com a ideia de que, “a rigor, o contrato de organização de viagem abrange uma cadeia de outros contratos celebrados por um ou mais fornecedores com o consumidor, que tenham por finalidade a prestação de serviços turísticos, tais como hospedagem, transporte, alimentação, diversões e lazer.”¹²¹

¹¹⁹ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹²⁰ STJ - REsp: 1562700 SP 2015/0264232-4, Relator: Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, Data de Julgamento: 06/12/2016, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 15/12/2016

¹²¹ MIRAGEM, op. cit.

Assevera o Código de Defesa do Consumidor que a cooperação existente entre os fornecedores implica que a responsabilidade solidária envolva todos eles, seus prepostos ou representantes autônomos (art. 34)¹²², causadores do dano (art. 25, § 1.º)¹²³, bem como os causadores de ofensa a direitos do consumidor (art. 7.º, parágrafo único¹²⁴).¹²⁵ A isso, some-se o art. 20 da Lei 11.771/2008¹⁰, que determina: a agência de turismo é diretamente responsável pelos atos de seus prepostos, inclusive os praticados por terceiros por ela contratados ou autorizados, se ao contrário não dispuser a legislação vigente. São considerados prepostos os demais fornecedores de serviços de turismo, motivo pelo qual podem pertencer a uma mesma cadeia de fornecimento, a agência de viagens e o operador turístico.¹²⁶

O entendimento pacífico¹²⁷ da doutrina e da jurisprudência quanto à aplicação da responsabilidade civil solidária entre os agentes provém da leitura conjunta das leis relacionadas ao tema, incluindo a Lei das Agências de Turismo,¹²⁸ como elucida Squeff:

com base no diálogo de fontes entre o artigo 20 da Lei 12.974/2014, que prevê a responsabilidade das agências de turismo pelos atos de seus prepostos; e o art. 14, § 3º, II do CDC. Além disso, a o artigo 34, inciso IV da Lei 11.771/2008 (Lei Geral de Turismo) estabelece o dever dos fornecedores de serviços turísticos de atenção aos direitos do consumidor.”¹²⁹

Como exemplos de aplicação da responsabilidade solidária, temos a agência de viagens que, tendo fretado aeronave para grupo de passageiros, responde pelos danos decorrentes do atraso do voo, assim como pela falha na prestação de serviço do segurador no oferecimento da cobertura do seguro-viagem cuja contratação intermediou.¹³⁰

¹²² Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

¹²³ Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

¹²⁴ Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos

¹²⁵ PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

¹²⁶ MIRAGEM, B. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ªed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

¹²⁷ Foi elaborado, no entanto, o Projeto de Lei nº. 4.419/20, em que o texto se opõe a essa responsabilização, porque as regras consumeristas imporiam exagerado ônus às agências de turismo.

¹²⁸ BRASIL. **Lei no 12.974, de 15 de maio de 2014**. Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112974.htm.

¹²⁹ SQUEFF, T. de A. F. R. C. **A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados**. [s. l.], 2012.

¹³⁰ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

Embora se diferencie entre contratos de organização de viagens e os de mera intermediação, já que as agências de viagem podem ou intermediar (equiparando-se a mandatários do consumidor frente a outros fornecedores de serviços) ou organizar (oferecendo um pacote turístico e sendo fornecedores diretos do serviço), ambas as hipóteses são disciplinadas pelo art. 14 do CDC. Quanto ao escopo de ter sido desenvolvido e receber aplicação estabelecida amplamente na legislação brasileira, o instituto da responsabilidade solidária, nas palavras de Squeff:

A responsabilidade solidária, no direito do consumidor, serve antes de tudo como um instrumento de garantia da efetivação do direito à ampla e efetiva reparação de danos patrimoniais e extrapatrimoniais sofridos pelos consumidores, inscrito no artigo 6º, VI do Código de Defesa do Consumidor.¹³¹

No mesmo sentido, manifesta-se Herman Benjamin sobre a responsabilidade civil por danos causados aos turistas:

De fato, muitas vezes a “efetiva reparação” só é possível em virtude da existência de pluralidade de responsáveis, pois não é incomum fornecedores simplesmente desaparecerem da noite para o dia sem deixar qualquer patrimônio para responder pelas suas dívidas.¹³²

O agravamento da vulnerabilidade deste consumidor está justamente na impossibilidade em intervir de qualquer modo na cadeia de fornecimento dos serviços por ele contratados. É prudente, portanto, assegurar que o consumidor possa reclamar seus direitos junto ao fornecedor de mais fácil acesso, no caso a agência de turismo, cabendo a ela, se quiser, o direito de regresso em face dos demais fornecedores da rede.”¹³³ Isso não ocorre, porém, se a agência realizar mera contratação de serviço de terceiros, já que estes respondem em caso de inadimplemento contratual, segundo entendimento do STJ.”¹³⁴ Nesse último caso, trata-se de hipótese de exclusão da responsabilidade, nos termos do art. 14, §3, I e II, do CDC.

¹³¹ SQUEFF, T. de A. F. R. C. **A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados.** [s. l.], 2012.

¹³² BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor.** 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

¹³³ SQUEFF, *op. cit.*

¹³⁴ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013. “Civil. Processual civil. Recurso especial. Transporte aéreo. Inexecução dos serviços prestados. Não ocorrência da responsabilidade objetiva e solidária da agência de turismo. Caracterização da culpa exclusiva de terceiro. Incidência das hipóteses previstas no § 3.º, I, II, do art. 14 do CDC (LGL\1990\40). Ilegitimidade passiva ad causam reconhecida. 1. No pleito em questão, os autores contrataram com a empresa de turismo a compra e venda de passagens aéreas Brasília-Fortaleza, sendo que tal serviço, como restou demonstrado, foi regularmente prestado. Comprovado, também, que os autores não puderam utilizar os bilhetes da empresa Transbrasil, em razão desta interromper seus serviços na época marcada, não efetuando, assim, os voos programados. 2. Não se tratando, in casu, de pacote turístico, hipótese em que a agência de viagens assume a responsabilidade de todo o roteiro da viagem contratada, e tendo, portanto, inexistido qualquer defeito na prestação de serviço pela empresa de viagens, posto que as passagens aéreas foram regularmente emitidas, incide, incontrovertidamente, as normas de exclusão de responsabilidade previstas no art. 14, § 3.º, I e II, do CDC (LGL\1990\40). Reconhecimento da ilegitimidade

Na mesma linha, é importante salientar que quando a agência de viagens presta o serviço exclusivo de vendas de passagens aéreas, ela não poderá responsabilizada pelo cancelamento de voo, posto que esse seria um caso de culpa exclusiva de terceiro, afastando a sua responsabilidade nos termos do art. 14, § 3º, II, do CDC.¹³⁵

O turista pode ser vítima de inadimplemento contratual, em situações como o cancelamento injustificável de um voo, a prática de *overbooking*, o não-acolhimento de uma reserva confirmada de hotel, por atraso de voo ou extravio de bagagem. Segundo Pasqualotto,

nesses casos, além do incumprimento da obrigação pode haver outros danos materiais, consistentes em despesas necessárias para enfrentar a situação, como refeições, alojamento e transportes (danos emergentes), além de eventual prejuízo nos negócios decorrentes da mora do devedor (lucros cessantes). A esses casos será aplicável o regime comum do inadimplemento das obrigações do Código Civil. Alguns autores e julgados, entretanto, invocam como solução para essas situações o regime dos vícios do serviço, do Código de Defesa do Consumidor.¹³⁶

Pode ainda haver dano moral, a depender da situação fática que se verificar em cada caso. Nessa hipótese, há julgados e argumentos da doutrina que sustentam se tratar de fato do serviço, deslocando a questão para o art. 14, do Código de Defesa do Consumidor.

Os diferentes tipos contratuais, que naturalmente envolvem diferentes categorias de fornecedores, serão oportunamente visitados, quando virmos os julgados das cortes superiores relativos a acidentes de consumo considerados relevantes.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem dado soluções diferentes para os diversos casos, principalmente quando o problema envolve o transporte aéreo de passageiros. Embora existam recursos julgados improcedentes pelos tribunais, por não identificar culpa da agência de turismo, é importante ressaltar que a culpa não é pressuposto da responsabilidade civil no CDC - exceto na hipótese do art. 14, § 4º, que não se aplica às agências de turismo. Seria reconhecida a solidariedade do art. 34. Salienta-se que, no caso de condenação da empresa aérea, não se aplica o art. 12, que disciplina o defeito de produtos por insegurança. Ainda esclarece Pasqualotto, que “a definição da responsabilidade que compete às agências e operadoras de turismo e demais fornecedores também pressupõe o conhecimento da natureza

passiva ad causam da empresa de viagens, ora recorrente. 3. Recurso conhecido e provido” (STJ, REsp 758.184/RR, 4.ª T., j. 26.09.2006, rel. Min. Jorge Scartezzini, DJ 06.11.2006).

¹³⁵ AgREsp nº 1.453.920/CE, de relatoria do Ministro Ricardo Villas Boas Cueva, julgado em 09 dez. 2014 pela 3ª Turma. Conforme Pasqualotto, “no caso, houve vício na prestação do serviço, que o tornou inútil à sua finalidade, pois os passageiros foram levados a São Paulo com atraso, já sem proveito.”

¹³⁶ PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

do dano sofrido pelo turista e, a partir daí, o regime jurídico aplicável.”¹³⁷ A esta análise passaremos agora.

Os vícios têm como pressuposto a impropriedade do produto ou do serviço à sua finalidade ou a sua diminuição de valor.¹³⁸ Essas características não se apresentam em um caso de *overbooking*, por exemplo, porque a prestação não chega a ser executada.¹³⁹

O deslocamento normativo é impróprio porque a finalidade do art. 14, assim como a do art. 12, é a proteção da vida, saúde e segurança dos consumidores, não dos seus interesses puramente econômicos. Aquela proteção trata da "probabilidade de que um atributo de um produto ou serviço venha a causar dano à saúde humana (acidente de consumo)", como afirma Benjamin¹⁴⁰, artífice da teoria da qualidade. É diferente a responsabilidade por vícios, que cuida de defeitos *in re ipsa* de produtos e serviços, e não de danos por eles causados.

A diferença entre os institutos jurídicos do fato do serviço e do vício do serviço e seus desdobramentos é esclarecida por Ruy Rosado de Aguiar Júnior, que aponta o bem tutelado por cada um deles:¹⁴¹

A lei trata dessas duas situações. O direito à indenização, do qual é titular o consumidor lesado por defeito do produto ou do serviço com ofensa à sua segurança (arts. 12 e 14, CDC), é um direito subjetivo de crédito que pode ser exercido no prazo de 5 anos, mediante a propositura de ação através da qual o consumidor (credor) deduz sua pretensão dirigida contra o fornecedor para que efetue a sua prestação (pagamento da indenização). (...)

Se o produto ou serviço apresenta vício quanto à quantidade ou qualidade (arts. 18 e 20, CDC), sendo de algum modo impróprio ao uso e ao consumo (arts. 18, § 6.º, e 20, § 2.º, CDC), a lei concede ao consumidor o direito formativo de escolher entre as alternativas de substituição do produto, abatimento proporcional do preço, a reexecução do serviço, ou a resolução do contrato, com a restituição do preço (arts. 18, § 2.º, e 20, CDC). A lei cuida dessas situações como sendo um direito formativo do consumidor, a ser exercido dentro de prazo curto de 30 ou 90 dias, conforme se

¹³⁷ Para exemplos de julgados neste assunto, ver PASQUALOTTO, A. **Causa e responsabilidade nos contratos de turismo**. Revista de Direito do Consumidor, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

¹³⁸ E segue o autor: Casos de vício no contrato de turismo seriam, por hipótese: a reprogramação do passeio turístico, frustrado porque o ônibus quebrou no meio do caminho (art. 20, I do CDC); a restituição atualizada do pagamento mais eventual indenização porque o spa era barulhento e não tinha a totalidade dos serviços prometidos (art. 20, II do CDC); em qualquer um desses casos também caberia o abatimento proporcional do preço (art. 20, III do CDC). Ibid.

¹³⁹ Algumas situações de inadimplemento nas relações de consumo, que como tais deveriam ser julgadas à luz do Código Civil por falta de disciplina específica no Código de Defesa do Consumidor, são tratadas como fato do serviço (art. 14). A intenção de favorecer os consumidores e propiciar-lhes reparação razoável tem deslocado a sede do litígio dos vícios para o art. 14, CDC, com a finalidade de legitimar uma reparação mais expressiva. Ibid. Ela foi utilizada em um caso conhecido que ocorreu por ocasião da Copa do Mundo de 1998. Os turistas foram à França para assistir aos jogos da seleção brasileira. A agência de turismo contratada não entregou os ingressos para a partida final, obrigando os turistas a comprá-los de terceiros, pagando valores muito mais elevados. O STJ condenou a agência de turismo a indenizar os consumidores por dano moral, com supedâneo no art. 14, do CDC, fugindo assim ao prazo curto da decadência. O deslocamento não seria necessário se o caso fosse encarado como inadimplemento e julgado à luz das regras próprias do Código Civil.

¹⁴⁰ BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

¹⁴¹ AGUIAR JÚNIOR, R. R. Aspectos do Código de Defesa do Consumidor. **Ajuris**, [s. l.], v. 52, 1991.

trata de bens não duráveis ou duráveis, respectivamente (art. 26, I e II, CDC). O caso é de extinção do direito formativo e o prazo é de decadência.

A diferenciação entre fato (defeito) e vício do serviço é de suma importância para determinar o prazo de que dispõe a pretensão à indenização pelos direitos lesados. Quando se trata de danos causados aos turistas, muitos problemas podem ser elencados como os exemplos mais recorrentes. Entre os inadimplementos que possibilitam a imputação da responsabilidade à agência de turismo que organizou os pacotes de viagem, podem ser mencionados os casos de hospedagem que não atenda à expectativa legitimamente gerada no consumidor de estar seguro, o acidente físico ocorrido durante um city tour contratado, o atraso na execução de um transporte e a intoxicação alimentar causada pela comida servida em um restaurante que faça parte do passeio, que são amostras de defeito na prestação do serviço, que extrapolam a esfera da imprestabilidade do dano e alcançam o grau da geração de danos ao consumidor.

2.2 APLICAÇÃO DO ART. 14, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, EM JULGADOS DE TURISMO INTERNACIONAL

A partir deste ponto do trabalho, feitas as considerações acerca do que constitui o turismo e a responsabilidade civil que pode decorrer da prestação defeituosa dos serviços que essa atividade envolve, podem ser analisados com maior profundidade alguns julgados que tiveram a aplicação do artigo 14, do Código de Defesa do Consumidor, como parte da solução oferecida ao conflito instaurado.

É importante verificarmos a origem da tese firmada pelo Superior Tribunal de Justiça no informativo número 484 de 2011, que estabeleceu o seguinte¹⁴²:

A Turma, entre outras questões, assentou que a jurisprudência do Superior Tribunal é no sentido de que a agência de turismo que comercializa pacotes de viagem responde solidariamente, nos termos do art. 14, § 3º, II, do CDC, pelos defeitos na prestação dos serviços que integram o pacote.

Na ocasião, era promovido pela 4ª Turma, com a relatoria do Ministro Raul Araújo, o julgamento do Recurso Especial n. 888.751, proveniente da Bahia. O caso julgado em 25 de outubro de 2011 deu solução final ao processo movido pelos consumidores que adquiriram

¹⁴² SECRETARIA DE JURISPRUDÊNCIA DO STJ. Informativo de Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. [s. l.], v. Número 484, p. 1–19, 2011. p. 15

pacote turístico para assistir ao jogo inaugural da seleção brasileira de futebol na Copa do Mundo da França em 1998, por intermédio de uma agência de turismo. O não cumprimento de termos contrato, que envolvia passagens aéreas e hospedagem para o período, gerou transtornos e aborrecimentos aos autores.

O tribunal de origem afastou a responsabilidade objetiva da agência que organizou e comercializou o pacote de viagem, com o fundamento de que os problemas se tratavam de culpa exclusiva de terceiro. O Superior Tribunal de Justiça, por sua vez, reconheceu que a falta de assistência nas intercorrências ocorridas no aeroporto, a mudança de itinerários e a hospedagem em hotel diverso e inferior ao pactuado constituem, sim, dano moral aos consumidores, nos seguintes termos:

A perda do jogo inaugural da seleção brasileira de futebol no referido torneio, a mudança unilateral de roteiro, com troca de cidades e a hospedagem em hotéis de categoria inferior ao contratado - sendo os autores acomodados em hotel de beira de estrada - são circunstâncias que evidenciam a má prestação do serviço, situações que não se restringem a um simples aborrecimento de viagem, configurando, sim, um abalo psicológico ensejador de dano moral.

Houve também a determinação da responsabilidade solidária da agência de turismo brasileira em relação aos demais fornecedores, mediante aplicação do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor. Foi reformada a decisão, vale frisar, no sentido de deferir a cumulação de danos materiais e extrapatrimoniais pela má prestação dos serviços que os autores vivenciaram quanto às obrigações principais e acessórias contratadas. Como explicitado no teor da decisão, os transtornos não se restringiram a um simples aborrecimento de viagem, de maneira que atingiu o âmbito da responsabilidade objetiva do fornecedor, neste caso, da agência de viagens que vendeu o pacote de turismo.

No julgamento do Recurso Especial de número 1.102.849 do Rio Grande do Sul, ocorrido em 17 de abril de 2012 pela 3ª Turma e com a relatoria do Ministro Sidnei Beneti, em harmonia à tese firmada no ano anterior¹⁴³, foi reconhecida a responsabilidade da operadora de turismo em razão do defeito na prestação de serviços médicos. Tratava-se de prestação que compunha o pacote de viagem e era realizada por um fornecedor membro da rede de fornecedores de serviços contratados, posicionando-se, portanto, no guarda-chuva da agência de turismo.¹⁴⁴

Isto porque, conforme discorrido anteriormente neste trabalho, a seleção dos fornecedores parceiros e a organização do pacote de viagem é tarefa da agência de turismo, de

¹⁴³ Tese firmada pelo Superior Tribunal de Justiça no informativo número 484 de 2011.

¹⁴⁴ SQUEFF, T. de A. F. R. C. A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados. [s. l.], 2012.

modo a recair sobre ela o dever de garantir a boa execução do contrato e, por outro lado de uma mesma moeda, assumir a compensação pela falha de seus colaboradores. Nesta toada, salienta Pasqualotto que, “uma vez comprovada a existência de um vínculo jurídico entre a agência de turismo e o fornecedor prestador do serviço conexo, cabe sim a responsabilidade solidária da agência.”¹⁴⁵ É neste sentido que as decisões vêm buscando se orientar, de modo a assegurar maior proteção ao consumidor.

Entre os deveres do fornecedor está o de informar adequadamente, aspecto que pode tomar diferentes facetas no caso da agência de turismo. No julgamento do Agravo em Recurso Especial de número 461.448, do Rio Grande do Sul, o tribunal concluiu que esse dever não foi cumprido, porque o fornecedor deixou de orientar o consumidor sobre a necessidade de apresentação de carteira internacional de vacinação específica para entrar no país de destino. Segundo o relator Ministro Marco Buzzi,

O inadimplemento do dever de informação constitui falha na prestação do serviço (art. 14, CDC) e enseja a reparação dos danos sofridos. Prejuízos materiais devidamente demonstrados nos autos, aos quais corresponde o valor da indenização, em atenção ao princípio da integral reparação do dano. Danos morais fixados de modo a atender aos propósitos sancionador e reparatório, sem, contudo, ensejar locupletamento à parte lesada.

Do trecho destacado do acórdão é possível depreender que não foi satisfeito o direito fundamental do contratante do pacote de viagem à informação adequada e clara, prevista no artigo 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor, de tal maneira que foi gerada a responsabilização da agência de turismo.

Foi reconhecido defeito da prestação do serviço semelhante na decisão do recurso especial n. 1.799.365/MG, de relatoria do ministro Paulo de Tarso Sanseverino, julgado em outubro de 2019 pelo Superior Tribunal de Justiça. Diante da falha na comunicação à adquirente do pacote sobre a obrigatoriedade de apresentar passagens aéreas de volta ao país de origem, ficou demonstrada para o relator a violação ao disposto nos artigos 6º e 14 do Código de Defesa do Consumidor. A informação clara e adequada sobre o serviço comercializado, segundo o relator, tem como matriz o princípio da boa-fé objetiva. Segundo Sanseverino¹⁴⁶,

¹⁴⁵ E complementa: A agência de turismo e os demais fornecedores podem constituir uma rede de colaboração que se expressa frente ao turista por contratos com cada membro da rede em particular, contratos que, embora tenham autonomia considerados isoladamente, pois cada qual tem a sua própria causa, apresentam, em conjunto, uma causa sistemática. (...) Esses contratos apresentam entre si uma conexão de natureza econômica, caracterizando a rede contratual. PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

¹⁴⁶ RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO. NEGATIVAS DE EMBARQUE. PASSAGEIRA ESTRANGEIRA SEM VISTO DE RESIDÊNCIA NO BRASIL. 1. Polêmica em torno da responsabilidade civil da agência de turismo e da companhia aérea, emitindo bilhetes de viagem internacional sem informar à consumidora adquirente - estrangeira sem visto de residência no Brasil -, acerca da necessidade de comprovação, quando do embarque, da compra da passagem aérea de retorno ao país de origem.

Caberia a todos aqueles que participaram da colocação do serviço no mercado de consumo comprovar que informaram adequadamente a respeito das medidas que deveriam ter sido tomadas pela passageira – estrangeira sem visto de residência do Brasil e gestante –, para que obtivesse êxito na viagem".

A seleção dos processos judiciais analisados nesse trabalho foi orientada pela concatenação dos aspectos de (i) ser uma viagem internacional, (ii) ter sido organizada por uma agência de turismo, (iii) o acidente de consumo ter elementos que o diferenciem dos casos mais recorrentes e, de modo geral, mais abordados pela doutrina e (iv) a solução judicial passar pela aplicação do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor para responsabilizar o fornecedor de serviços (a agência de turismo) pelos danos sofridos pelo consumidor turista.¹⁴⁷

Um estudo jurisprudencial dirigido às decisões dos tribunais superiores brasileiros realizadas em 2018 e 2019¹⁴⁸ permite a aferição de que os problemas mais comuns são os seguintes: no serviço da hospedagem, a qualidade do hotel se mostrar inferior ao que foi proposto na venda do pacote de viagem¹⁴⁹ e o cancelamento da reserva em razão de *overbooking* (lotação da capacidade de hospedagem) são situações bastante frequentes; na prestação de serviço de transporte, o cancelamento da passagem¹⁵⁰, o extravio de bagagem e o atraso com eventual perda de conexão, quando se trata de transporte aéreo, são eventos

2. Informações adequadas e claras acerca do serviço a ser prestado constituem direito básico do consumidor (art. 6º, III, do CDC). 3. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre fruição e riscos (art. 14, caput, do CDC). 4. Ausência de advertência acerca dos riscos que, eventualmente, poderiam frustrar a utilização do serviço contratado. 5. Procedência da demanda, restabelecendo-se as parcelas indenizatórias concedidas pela sentença. 6. RECURSO ESPECIAL PROVIDO. Notícia sobre o julgado encontrada no site do STJ: “Companhia aérea e agência de turismo indenizarão consumidores por falta de informações”, disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/Companhia-aerea-e-agencia-de-turismo-terao-de-indenizar-consumidores-por-falta-de-informacoes.aspx#:~:text=Para%20o%20relator%20do%20caso,princ%C3%ADpio%20da%20boa%2Df%C3%A9%20objetiva>

¹⁴⁷ Como banco de dados, foi utilizada a pesquisa jurisprudencial acerca do tema “Consumidor turista”, realizada pelo Grupo de Pesquisa CNPq Mercosul Direito do Consumidor e Globalização, coordenado pela professora Dra. h. c. Claudia Lima Marques.

¹⁴⁸ Estudo feito a partir do acervo de decisões judiciais dos Tribunais brasileiros elaborado pelo Grupo de Pesquisa anteriormente mencionado.

¹⁴⁹ Tais situações podem ser extraídas dos seguintes julgados: TJRJ, Apelações Cíveis n. 0081608-22.2017.8.19.0001 (imóvel inexistente) e n. 0042527-57.2017.8.19.0004 (pousada inoperante); TJAM, Apelação Cível n. 0621548-72.2018.8.04.0015; TJBA, Apelação Cível n. 0022581-21.2018.8.05.0080; TJCE, Apelação Cível n. 0148845-02.2018.8.06.0001 (direito ao arrependimento, cancelamento da reserva, causa de 80 mil); TJGO, Apelações Cíveis n. 0236106-36.2016.8.09.0051 (agência cancelou a reserva) e n. 5154316.08.2017.8.09.0051 (site de reservas cancelou as diárias); TJMA, Apelação Cível n. 0807502-42.2016.8.10.0001 (turistas deixados sem acomodação).

¹⁵⁰ Vide TJDF, processo de número 0718684-48.2019.8.07.0016, em que houve cancelamento e reacomodação em outro voo, causando perda de compromisso; foi reconhecida a responsabilidade solidária da agência de turismo. No TJRS, Apelação Cível n. 70082988668, voo cancelado pela agência, gerando indenização no aporte de R\$ 49.632,53. No STJ, REsp n. 1698758/PR, caso em que o valor das passagens não foi repassado pela agência de turismo à companhia aérea, causando a perda da viagem.

corriqueiros; o acidente rodoviário¹⁵¹, por sua vez, é o principal motivo para ser buscada judicialmente a compensação por danos sofridos pelo consumidor.

A atividade de excursão turística, que compreende os chamados *city tours*, pode ensejar inadimplementos contratuais quando ocorre o cancelamento do passeio ao local programado, a falta de assistência ao grupo, a falha na entrega de bilhetes para espetáculos ou entrada em estabelecimentos privados. No serviço alimentício, notadamente realizado por restaurantes e bares, neste caso, dotados de teor turístico e recomendados ou mesmo patrocinados pelas agências de viagem contratadas, é corriqueiro o acontecimento de intoxicação alimentar.

Quando se trata do fornecimento de seguro de viagem ou de saúde, é recorrente a situação de ocorrer extravio de mala sem a seguradora repassar o prêmio contratado¹⁵², bem como o serviço médico utilizado não ser coberto¹⁵³. Já no caso de cruzeiros turísticos, pode ser feita alusão ao problema das alterações de itinerário, que frustram as expectativas legítimas dos consumidores¹⁵⁴, da má comunicação do que efetivamente está incluso nos pacotes de alimentação e bebidas “*all inclusive*”, gerando inconvenientes de cobrança a quem não esperava por isso¹⁵⁵ e da dificuldade de ser prestado atendimento médico adequado no navio, podendo ser transcorrido grande lapso temporal até o turista poder ir ao hospital, causando maiores danos ainda.¹⁵⁶

A agência de turismo em si possui deveres de prestação específicos e inerentes ao serviço de orientação e organização de viagens que oferece. O principal deles se constitui no dever de informar adequadamente sobre as condições do que é contratado, dos trâmites a

¹⁵¹ Vide TJRJ, Apelação Cível n. 0000362-61.2017.8.19.0079 (viagem interestadual rodoviária, queda de passageira logo após o embarque, com indenização no aporte de R\$ 25.000,00) e TJRS, Apelação Cível n. 71008424277 (acidente suportado pelos autores, houve condenação em dano estético, com indenização no aporte de R\$ 17.000,00).

¹⁵² Veja-se os julgados: TJRJ, Apelações n. 0009373-51.2017.8.19.0003 (negativa do pagamento de seguro) e n. 0267555-86.2016.8.19.0001 (recusa de pagamento do seguro viagem referente ao extravio de bagagem).

¹⁵³ Vide TJGO, Apelação Cível n. 5316661.52.2016.8.09.0051 - falha na prestação de serviço: seguro saúde não cobriu atendimento médico no exterior, gerando indenização no aporte de R\$ 4.523,13 (materiais) + R\$ 8.000,00 (morais). No TJRJ, a apelação de n. 0303005-95.2013.8.19.0001 – seguro viagem com negativa de pagamento de despesas médicas e passagens, houve culpa da agência que não adimpliu o seguro, houve indenização fixada em R\$ 69.122,50, por danos morais e materiais causados aos consumidores.

¹⁵⁴ Alteração de itinerário sem prévia comunicação aos passageiros. (TJMS, Apelação Cível n. 0801775-79.2015.8.12.0002, Des. Fernando Mauro Moreira Marinho, 3ª Câmara Cível, j. 03/10/2018). Indenização de R\$ 6.000,00 por autor, somada à restituição da diferença entre cruzeiro nacional e internacional;

¹⁵⁵ Pacote vendido com sistema *all inclusive*, mas as bebidas foram cobradas separadamente. (TJSC, Apelação Cível n. 2015.000304-0, de Balneário Camboriú, rel. Des. Eládio Torret Rocha, Quarta Câmara de Direito Civil, j. 18-02-2016).

¹⁵⁶ Caso de queda com fratura e falta de assistência, extraído de fonte diversa do banco de dados elaborado pelo grupo de pesquisa e que merece análise. (Apelação Cível Nº 70070875208, Décima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Umberto Guaspari Sudbrack, Julgado em 27/10/2016).

cumprir¹⁵⁷ e possíveis intercorrências que surjam na execução do contrato. O inadimplemento dessas obrigações pode gerar grandes transtornos como a falta de documentos exigidos por autoridades locais, entre outros¹⁵⁸.

A análise dos julgados selecionados terá como escopo central a identificação de sua *ratio decidendi*¹⁵⁹, com destaque ao tipo de contrato em que o problema foi gerado, qual o defeito do serviço e a solução oferecida pela corte superior. É tida como premissa a aplicação da tese já fixada pelo Superior Tribunal de Justiça, que preceitua: “A agência de turismo que vende pacote de viagem é responsável solidária por qualquer vício na prestação de serviço.”

1. Hospedagem

Ensina Miragem que “os contratos de hospedagem em hotéis, pousadas e congêneres caracterizam-se como contratos de consumo, atraindo a incidência do Código de Defesa do Consumidor.”¹⁶⁰ De um lado da prestação está o fornecedor de serviços e, de outro, o consumidor-hóspede como destinatário final. Da mesma forma, incide a Lei 11.771/2008, conhecida como Lei Geral do Turismo.

Entre os deveres do fornecedor, está o de não discriminar as pessoas entre os que se admitem ou não como hóspedes, mas também não aceitar menores de idade que não estejam acompanhados de responsáveis. Nas palavras do professor:

A oferta dos serviços por estabelecimentos de hospedagem é ampla e geral. Aqui incidem de modo imperativo os arts. 3º, IV e 5º, caput e XLI, da CF/1988, e a proibição do art. 39, II, do CDC, que define como prática abusiva a recusa de atendimento às demandas dos consumidores. Por outro lado, constitui dever do estabelecimento de hospedagem, recusar criança e adolescente como hóspedes, quando não tenham autorização, ou não estejam acompanhados por pais ou responsáveis, conforme art. 82 do ECA. ¹⁶¹

¹⁵⁷ Falha no dever de informação: TRANSPORTE AÉREO. NEGATIVAS DE EMBARQUE. PASSAGEIRA ESTRANGEIRA SEM VISTO DE RESIDÊNCIA NO BRASIL. (STJ - REsp 1799365 / MG 2019/0040058-2, Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino (1144), Data do Julgamento: 24/09/2019, Data da Publicação: 01/10/2019, T3 - TERCEIRA TURMA).

Consumidor não foi informado sobre a necessidade de obtenção de visto para adentrar no destino da viagem, ensejando indenização cível de R\$ 90 mil. Prova dos autos que atesta a existência de orientação equivocada acerca do procedimento necessário para a obtenção dos vistos de permanência no país estrangeiro. Informação fornecida em complemento à venda de passagens aéreas. Falha na prestação do serviço configurada. (Apelação Cível, Nº 70081412587, Décima Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Katia Elenise Oliveira da Silva, Julgado em: 31-07-2019)

¹⁵⁸ Descumprimento do Dever de Informação. (TJRJ 0268856-39.2014.8.19.0001, 24ª Câmara Cível do Consumidor; Des(a). Andrea Fortuna Teixeira, Julgamento: 08/06/2016).

¹⁵⁹ Literalmente: são as *razões para decidir* presentes em sentenças e acórdãos.

¹⁶⁰ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹⁶¹ Ibid.

O julgado que passa a ser analisado tem por objeto o cancelamento, por parte do anfitrião, da reserva feita em apartamento localizado em Nova Iorque¹⁶², na véspera do embarque dos autores da ação. Embora tenha sido realizado o pagamento antecipado da reserva, receberam e-mail comunicando o que o imóvel não mais estaria disponível. Narraram que contataram o requerido para resolver o problema, sem êxito, e que a empresa não conseguiu outro imóvel para locação, não deu assistência à família, precisando se hospedar em hotéis durante toda a viagem. A assistência da empresa requerida somente foi oferecida à família quando retornaram ao Brasil, reembolsando o valor despendido com a hospedagem e devolvendo o valor da reserva cancelada. Alegaram que tal situação gerou abalo moral passível de indenização.

A Terceira Câmara de Direito Civil do Tribunal de Justiça de Santa Catarina decidiu por responsabilizar a plataforma digital de reservas de hospedagem *Airbnb*, em razão de não ter sido concedida a devida assistência à família. Foi refutada a alegação de culpa exclusiva de terceiro, que seria o anfitrião dos turistas na acomodação selecionada.

Segue a ementa do julgado:

CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL MOVIDA CONTRA AIRBNB BRASIL. AUTORES QUE PLANEJARAM VIAGEM EM FAMÍLIA À CIDADE DE NOVA IORQUE, COM ESTADIA RESERVADA NA PLATAFORMA DIGITAL DA RÉ COM 2 (DOIS) MESES DE ANTECEDÊNCIA. CANCELAMENTO DA RESERVA MOMENTOS ANTES DE EMBARCAREM AO DESTINO FINAL. ALEGADA A FALTA DE ASSISTÊNCIA PELA EMPRESA RÉ. SENTENÇA DE PARCIAL PROCEDÊNCIA. INSURGÊNCIA DE AMBAS AS PARTES. APELO DOS AUTORES QUE SE RESTRINGE AO PEDIDO DE MAJORAÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO ARBITRADO PELO JUÍZO A QUO. RECURSO ADESIVO DO AIRBNB. AUSÊNCIA DO NEXO DE CAUSALIDADE ANTE A CULPA EXCLUSIVA DA PROPRIETÁRIA DO IMÓVEL LOCADO (ANFITRIÁ). SUSTENTADA A AUSÊNCIA DE FALHA NOS SERVIÇOS PRESTADOS. PLATAFORMA QUE PROVIDENCIOU A RESERVA DE HOTEL PARA OS AUTORES NA PRIMEIRA NOITE NA CIDADE E ELENCOU DIVERSAS OPÇÕES DE ESTADIAS ALTERNATIVAS EM SEU SISTEMA. REEMBOLSO DA RESERVA E DO VALOR GASTO A MAIOR COM A HOSPEDAGEM EM HOTEL NO RESTANTE DA VIAGEM. DEFENDIDA A AUSÊNCIA DE ATO ILÍCITO INDENIZÁVEL. ALEGADA A NÃO COMPROVAÇÃO DE CONSTRANGIMENTOS DIGNOS DE ABALAR OS DIREITOS DA PERSONALIDADE. (...) CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR APLICÁVEL NA HIPÓTESE. PLATAFORMA QUE INTEGRA A CADEIA DE FORNECEDORES, POIS REALIZA A DIVULGAÇÃO DE IMÓVEIS DE ANFITRIÕES A SI VINCULADOS. PRINCÍPIO DA SOLIDARIEDADE. CONSUMIDOR QUE PODE ESCOLHER QUEM IRÁ ACIONAR. FACULDADE DA EMPRESA RÉ DE INGRESSAR POSTERIORMENTE COM AÇÃO REGRESSIVA CONTRA A ANFITRIÁ. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. EXEGESE DOS ARTIGOS 2º, 3º, 7º, 14 E 30 DO CDC. RESPONSABILIZAÇÃO CABÍVEL NA HIPÓTESE. DANO MORAL. (...) QUANTUM INDENIZATÓRIO. EMPRESA RÉ QUE MITIGOU

¹⁶² Na plataforma *Airbnb*, que intermedia a efetuação de reserva de quartos e imóveis, funcionando como se agência de turismo fosse, de modo a se equiparar em razão da atividade-fim e do *animus* de quem por meio dela contrata, atraindo para si os mesmos deveres e obrigações de uma agência de turismo.

PARCIALMENTE OS DANOS SOFRIDOS PELOS AUTORES AO REEMBOLSÁ-LOS DE SUAS DESPESAS E ENUMERAR IMÓVEIS ALTERNATIVOS EM SUA PLATAFORMA. ASSISTÊNCIA QUE, NO ENTANTO, NÃO FOI SUFICIENTE PARA AFASTAR A NECESSIDADE DE INDENIZAÇÃO. OPÇÕES QUE, APESAR DE DISPONÍVEIS NO SITE, NÃO FORAM EXITOSAS. ALTA TEMPORADA NA CIDADE. JUÍZO A QUO QUE FIXOU A CONDENAÇÃO DA RÉ EM R\$ 5.000,00 (CINCO MIL REAIS) PARA CADA AUTOR. ACERTO DO MAGISTRADO. MANUTENÇÃO DO VALOR ARBITRADO, LEVANDO-SE EM CONSIDERAÇÃO A CAPACIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA DAS PARTES. (...). PLEITO INICIAL DE CONDENAÇÃO DA RÉ À INDENIZAÇÃO NO IMPORTE DE R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS). CONDENAÇÃO EM R\$ 35.000,00 (TRINTA E CINCO MIL REAIS) NO TOTAL. (...)¹⁶³

Do julgado destacado se depreende que a plataforma *Airbnb* efetivamente foi equiparada ao prestador de serviços sobre o qual recai a responsabilidade objetiva pelos negócios que intermedia, apontando o tratamento jurisprudencial conferido aos problemas que podem surgir dessa recente modalidade de oferta de hospedagem. O relator fundamentou a solidariedade da responsabilidade no fato de se referir a “plataforma que integra a cadeia de fornecedores, pois realiza a divulgação de imóveis de anfitriões a si vinculados”, cabendo responsabilidade objetiva do fornecedor.

O reconhecimento do dano extrapatrimonial sofrido pelos autores, considerando as circunstâncias do evento narrado, vai ao encontro do que é defendido pela doutrina, já que o estado de despreocupação que se espera de uma viagem turística foi fortemente atingido. A partir de decisões como essa, que funcionam como paradigma para futuros processos de casos semelhantes, surge um espaço de expectativa de que seja modulada a uniformidade e a segurança jurídica em situações análogas.

2. Transporte

O presente julgado versa sobre o impedimento do passageiro de embarcar em voo internacional, com destino a Madri, Espanha, por não ter o visto de autorização de entrada na Comunidade Europeia, de modo que toda a família deixou de viajar. Esse transtorno ocorreu em razão da falta de orientação por parte da agência, o que se configura no descumprimento do dever de informação ao consumidor, considerando que a fornecedora de serviços sabia que o autor é equatoriano. Veja-se a ementa:

APELAÇÕES CÍVEIS. INDENIZATÓRIA. DANOS MATERIAIS E MORAIS. FAMÍLIA QUE É IMPEDIDA DE EMBARCAR EM VOO INTERNACIONAL. GENITOR QUE, SENDO DE NACIONALIDADE EQUATORIANA, NECESSITAVA DE VISTO DE ENTRADA NA COMUNIDADE EUROPEIA.

¹⁶³ TJSC, Apelação Cível n. 0301222-37.2018.8.24.0039, de Lages, rel. Marcus Tulio Sartorato, Terceira Câmara de Direito Civil, j. 16-04-2019.

FALTA DE OBSERVÂNCIA DO DEVER DE INFORMAÇÃO. PROCEDÊNCIA. RECURSOS DOS AUTORES, DA RÉ E DA LITISDENUNCIADA. ADMISSIBILIDADE. APELO DA LITISDENUNCIADA. CAUSÍDICO QUE SUBSCREVE O APELO SEM PODERES PARA O ATO. INTIMAÇÃO DOS ADVOGADOS E DA RÉ, PESSOALMENTE, PARA SANAR O VÍCIO. INÉRCIA. ART. 76, §2º, I, DO CPC/2015. NÃO CONHECIMENTO. AGRAVOS RETIDOS. AUSENTE REQUISITO DO ART. 523, CAPUT, DO CPC/1973. NÃO CONHECIMENTO. PRELIMINAR. ILEGITIMIDADE ATIVA DAS AUTORAS ESPOSA E FILHAS. EXORDIAL QUE NARRA VIAGEM EM GRUPO FAMILIAR. IMPEDIMENTO AO EMBARQUE DO VARÃO QUE AFETA A TODOS. LEGITIMIDADE PARA A DEMANDA CONFIRMADA. PREFACIAL REJEITADA. RECURSO DA RÉ. ARGUIDA RESPONSABILIDADE EXCLUSIVA DO CONSUMIDOR QUANTO AO PREENCHIMENTO DOS REQUISITOS LEGAIS PARA ENTRADA EM PAÍS ESTRANGEIRO. INSUBSISTÊNCIA. DEVER DA AGÊNCIA DE TURISMO DE PRESTAR INFORMAÇÃO ADEQUADA E CLARA RELATIVAMENTE À FRUIÇÃO DO SERVIÇO CONTRATADO, INCLUSIVE QUANTO À DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA. ART. 6º, III, E ART. 14, CAPUT, DO CDC. MERA INTERMEDIACÃO DE COMPRA DE PASSAGENS. IRRELEVÂNCIA. AUSÊNCIA DE PROVA DE QUE A AGÊNCIA DE VIAGEM TENHA CUMPRIDO COM SEU DEVER LEGAL. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DEVER DE INDENIZAR MANTIDO. DANO MORAL. ALEGADA ANEMIA PROBATÓRIA. PREJUÍZO CARACTERIZADO PELA FRUSTRAÇÃO DAS EXPECTATIVAS E DO PLANEJAMENTO FAMILIAR. DANO IN RE IPSA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. DANOS MATERIAIS. AUTORIZAÇÃO PARA ABATIMENTO DOS VALORES DEPOSITADOS JUDICIALMENTE E DEFINIÇÃO DOS VALORES INDIVIDUAIS DEVIDOS A CADA AUTOR. NECESSÁRIA COMPLEMENTAÇÃO DA SENTENÇA. PLEITOS ACOLHIDOS. RECURSO DOS AUTORES. ALMEJADA MAJORAÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO POR DANOS MORAIS. VALOR FIXADO PELO JUÍZO A QUO AQUÉM DOS PRECEDENTES DESTE ÓRGÃO FRACIONÁRIO. PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E DA PROPORCIONALIDADE. MAJORAÇÃO DEVIDA. PLEITO ACOLHIDO. CONSECTÁRIOS LEGAIS. JUROS DE MORA. REQUERIDA APLICAÇÃO DA SÚMULA N. 54 DO STJ. DANO MORAL. RESPONSABILIDADE CONTRATUAL. ART. 405 DO CC. INCIDÊNCIA A PARTIR DA CITAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA NESSE PONTO. RECURSOS DA RÉ E DOS AUTORES PARCIALMENTE PROVIDOS.¹⁶⁴

O tribunal reconheceu a incidência do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor para responsabilizar a agência que não orientou sobre a necessidade de visto, bem como o dano *in re ipsa* sofrido tanto pelo passageiro impedido de embarcar, quanto por sua família, já que todos permaneceram no Brasil e foi frustrada a programação de viajarem pela Europa. Além de descumprir o artigo 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor, a fornecedora deixou de devolver valores das passagens e diárias adquiridas, alegando que a culpa pela impossibilidade de embarque era dos autores. Diante desse quadro, foi deferido o pedido de reembolso dos valores despendidos para a contratação do pacote turístico, somado a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a título de danos extrapatrimoniais para os autores da ação.

¹⁶⁴ TJSC, Apelação Cível n. 0015486-44.2008.8.24.0020, de Criciúma, rel. André Luiz Dacol, Sexta Câmara de Direito Civil, j. 12-03-2019.

No que tange à modalidade do serviço de transporte para turismo, “note-se que nem todo contrato de transporte é contrato de consumo, exigindo-se para tanto que o contratante usuário do transporte seja destinatário final do serviço”, conforme Miragem¹⁶⁵. Em sua visão, fazer turismo significa deslocar-se de um lugar a outro a fim de experimentar novas sensações, tornando o contrato de transporte um dos principais a suportar a atividade turística. Enquanto uma prestação de serviço, é abrangido pela definição prevista no art. 3º, § 2º, bem como pelos arts. 14 e 20 do Código de Defesa do Consumidor (responsabilidade pelo fato e vício do serviço). Não obstante o Código Civil aborde o tema nos arts. 730 a 756, a jurisprudência tem aplicado prioritariamente a disciplina do Código de Defesa do Consumidor nos casos de relação de consumo, reconhecendo a vulnerabilidade do contratante¹⁶⁶.

A obrigação principal do contrato de transporte de passageiro é de resultado, de maneira que, frustrado esse objetivo, sequer chega-se a discutir o adimplemento dos deveres acessórios que estabelecem condições básicas do fornecimento de serviços, quais sejam a regulação da oferta, os padrões mínimos de conforto, a pontualidade e a ampliação dos deveres de informação e esclarecimento do consumidor tanto na fase pré-contratual, quanto na fase contratual. É possível concluir que o problema ocorrido no caso analisado decorreu de falha de ambos os fornecedores: tanto a agência de turismo, quanto a companhia aérea, que deveria ter identificado que o passageiro não era brasileiro e, portanto, poderia vir a precisar de visto para entrar na Comunidade Europeia.

3. Cruzeiro

Na seara do turismo realizado em cruzeiros, merece ser observado o processo que levou à responsabilização da agência de turismo pela execução defeituosa dos serviços envolvidos no pacote comercializado. A autora relatou que além de o hotel em Barcelona ser distante do centro e ter forçado o grupo a se separar, o trajeto programado do cruzeiro foi interrompido. Com isso, os passageiros foram levados do porto situado nos arredores de Roma para o aeroporto da cidade e, posteriormente, dali de volta a Barcelona, onde simplesmente foram deixados em um hotel até transcorrer o tempo previsto do cruzeiro.

Veja-se a ementa, em sua íntegra:

¹⁶⁵ MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 85, p. 67–113, 2013.

¹⁶⁶ Há, no entanto, regras mais específicas no Código Civil do que no CDC, sem que isso signifique contrariar a teleologia das normas consumeristas; tal é o caso da determinação de devolução de valores da passagem cujo contrato é rescindido, com o limite de 5% para eventual multa cobrada do cliente.

DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. AUTORA QUE ADQUIRIU JUNTO À AGÊNCIA DE TURISMO DEMANDADA PACOTE DE TURISMO ENGLOBALDO PASSAGENS AÉREAS, HOSPEDAGEM EM BARCELONA E CRUZEIRO DE 7 DIAS PELA EUROPA. PARTE AUTORA QUE FOI SURPREENDIDA COM A PÉSSIMA LOCALIZAÇÃO DO HOTEL (DISTANTE DO CENTRO DE BARCELONA), INEXISTÊNCIA DE RESERVA DE QUARTO DE HOTEL EM SEU NOME, BEM COMO PELA INTERRUÇÃO PRECOCE DO CRUZEIRO EM VIRTUDE DE PROBLEMAS TÉCNICOS COM O NAVIO. SENTENÇA DE PARCIAL PROCEDÊNCIA. RECURSO DA RÉ. ALEGAÇÃO DE QUE A ESCOLHA DO HOTEL FICOU A CARGO EXCLUSIVO DA APELADA, BEM COMO QUE SIMPLES PESQUISA NA INTERNET INDICARIA A SUA LOCALIZAÇÃO. INACOLHIMENTO. CONSUMIDORA IDOSA (71 ANOS). FALHA DA FORNECEDORA NO DEVER DE PRESTAR INFORMAÇÃO ADEQUADA PREVISTO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. OBRIGAÇÃO DE RESSARCIMENTO CONFIGURADA. ALEGAÇÃO DE CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIROS E MERA INTERMEDIÇÃO DE SERVIÇOS. INSUBSISTÊNCIA. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. SOLIDARIEDADE NA CADEIA DE FORNECEDORES. ART. 14, CAPUT, CDC C/C ARTS. 25, § 1º E 34, TAMBÉM DO CDC. DANOS MATERIAIS COMPROVADOS. CONFIGURAÇÃO DE DANOS MORAIS. AUTORA QUE TEVE A MAIOR PARTE DA VIAGEM PREJUDICADA. EXPECTATIVA E PLANEJAMENTO INEQUIVOCAMENTE FRUSTRADOS, GERADORES DE INEGÁVEL ABALO ANÍMICO INDENIZÁVEL. SITUAÇÃO QUE CAUSOU FRUSTRAÇÃO E ANSIEDADE ALÉM DA NORMALIDADE. PLEITO DE MINORAÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO ARBITRADO EM R\$ 4.000,00. VALOR RAZOÁVEL E CONDIZENTE COM A GRAVIDADE DOS FATOS E COM OS PRECEDENTES DESTA CORTE. FIXAÇÃO DE HONORÁRIOS RECURSAIS NOS TERMOS DO ART. 85, § 11, DO CPC. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO DESPROVIDO.¹⁶⁷

A leitura do acórdão indica que, sendo a ré fornecedora de serviços relacionados à comercialização de pacotes turísticos, aplica-se a responsabilização objetiva pelos danos decorrentes de fato do serviço a que se refere o art. 14, caput, do Código de Defesa do Consumidor. A alegação de que a agência não responderia pelos transtornos ocorridos, por não ter culpa, não foi acolhida pelo tribunal, o qual indicou que apenas seria afastado o dever de indenizar se configurada alguma das hipóteses do § 3º do artigo mencionado, a saber: “tendo prestado o serviço, o defeito inexistente”, ou “a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro”, não sendo constatada nenhuma das excludentes.

O serviço de cruzeiro turístico possui um tipo contratual híbrido, uma vez que engloba as atividades de transporte, hospedagem, alimentação e entretenimento. Por ser dotado dessa especificidade, torna-se muito mais sensível: o defeito no serviço de qualquer das atividades, ainda que pareça parcial por incidir somente em uma das modalidades do serviço ofertado (alimentação, por exemplo), compromete a esfera de adimplemento do contrato como um todo.

¹⁶⁷ TJSC, Apelação Cível n. 0301195-10.2015.8.24.0023, rel. Marcus Tulio Sartorato, Terceira Câmara de Direito Civil, j. 10/12/2019.

Atrai, dessa maneira, a incidência do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor para responsabilizar objetivamente a empresa que promove o cruzeiro.

O teor decisório dos julgados acima mencionados demonstra que os tribunais nacionais vêm reconhecendo a responsabilidade das agências (e a cadeia de fornecedores) na esfera do inadimplemento contratual, em havendo falha na prestação de serviços. No entanto, a autora do Projeto de Lei nº. 4.419/20, deputada Aline Gurgel (Republicanos-AP), não concorda totalmente com isso. Afirma ela que as “regras consumeristas impõem exagerado ônus às agências de turismo, notadamente nas hipóteses de falhas de qualidade ou eventuais cancelamentos de serviços comercializados por elas, porém prestados por terceiros, como os meios de hospedagem e as companhias de transporte aéreo, terrestre ou marítimo”¹⁶⁸.

O texto em tramitação na Câmara dos Deputados altera a responsabilidade da agência de turismo por voo e hotel, disciplinando a responsabilidade nas intermediações de atividades de turismo, sem prejuízo do Código de Defesa do Consumidor, no entender da autora. A proposta insere dispositivos na Lei 12.974/14, que regulamenta as atividades das agências de turismo. O projeto determina que ao intermediar a contratação de serviços organizados e prestados por terceiros, inclusive os de transporte, a agência de turismo não responda pela prestação ou execução dos serviços, salvo em caso de culpa.¹⁶⁹

O projeto de Lei ora encontra-se arquivado em razão de requerimento da autora para a retirada de pauta, suspendendo, por ora, a tramitação legislativa. Na hipótese distante, esperase, de ser aprovado o projeto de Lei, a responsabilidade contratual da agência de turismo em situações análogas às dos casos relatados seria afetada, tornando ainda mais vulnerável o consumidor que a legislação atual busca proteger.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se conseguiu investigar e analisar neste trabalho permite que sejam feitos alguns apontamentos. A atividade do turismo é uma realidade já estabelecida, consolidando-se em marca de nosso tempo, com a tendência de se intensificar ainda mais, à medida que os meios de transporte se tornam mais acessíveis e que a era digital facilite o planejamento de viagens pelo uso de dispositivos móveis que só dependem da internet.

¹⁶⁸ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/730438-projeto-altera-responsabilidade-da-agencia-de-turismo-por-voo-e-hotel/>

¹⁶⁹ Idem.

A expansão da modalidade internacional de turismo, fomentada pela busca de harmonização entre os países, bem como pelo cultivo da curiosidade pelo que é diferente, pelo contraste de culturas e pela descoberta de novas experiências, demanda uma especial atenção do Direito Internacional Privado dos Estados envolvidos nessas relações de consumo. Se por um lado os diversos países que se situam entre os destinos turísticos expoentes promovem ações para atrair visitantes, por outro, possuem o dever de agir com zelo para que essas pessoas sofram o mínimo de intercorrências ou, em segundo caso, sejam adequadamente amparadas pelo Estado anfitrião.

O ordenamento jurídico brasileiro assegura, por meio dos ditames da Constituição Federal e da legislação específica que dela decorre, a prevenção dos acidentes de consumo, notadamente os problemas ocorridos na prestação de serviços e na comercialização de produtos que causem danos materiais e/ou morais que atingem a incolumidade física ou psíquica da pessoa que o adquiriu, ao estabelecer deveres dos fornecedores. Mais do que isso, as normas trazidas no Código de Defesa do Consumidor, diploma que protege o sujeito reconhecidamente vulnerável das relações jurídicas formadas, garantem a solução compensatória quando os defeitos acabam por se manifestar.

Coube, portanto, ao Direito a tarefa de intermediar as relações contratuais buscando manter o equilíbrio da mesma, a chamada justiça ou equidade, onde a ação do Direito precisa evoluir de uma posição passiva e supletiva para uma ação cogente e determinadora de condutas também na área contratual. Nessa linha, o Código de Defesa do Consumidor estabelece uma série de restrições que não podem ser ignoradas (ou derogadas) pelos sujeitos da relação contratual, tornando-se verdadeiras normas de ordem pública, portanto, obrigatórias, estabelecendo-se limites de até onde se pode ir, não ir ou parar. Com isso, o direito contratual passa a ter uma concepção mais social, onde a vontade do indivíduo declina frente à vontade coletiva, especialmente face aos reflexos e expectativas de consumo.

Essa necessária transformação do Direito do Contrato é especialmente importante diante da posição desigual dos parceiros contratuais na sociedade de hoje, tendo em vista que o incremento dos métodos de contratação em massa (por adesão), proliferou exponencialmente a presença de cláusulas abusivas nos contratos de consumo, as quais afastam os eventuais direitos e expectativas legítimos dos consumidores em relação ao vínculo contratual, evidenciando que os métodos tradicionais de controle formal do equilíbrio contratual, oferecidos pelo Direito tradicional, não conduziam mais a resultados satisfatórios.

Com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, a partir de 1990, houve o fortalecimento da confiança do consumidor nos contratos de consumo, agora melhor

amparado. Há uma nova concepção mais social do contrato, em que a vontade das partes não é a única fonte das obrigações contratuais e o princípio clássico da autonomia da vontade é relativizado por preocupações de ordem social. Acentuam-se nas relações e consumo as novas normas que tutelam e valorizam tanto a vontade como a boa-fé, a segurança e o equilíbrio das relações contratuais. O Direito passa a ser o orientador do conteúdo dos contratos, o realizador da equitativa distribuição de obrigações e direitos nas relações contratuais, e não só o garante da livre manifestação da vontade.

Na hipótese de o litígio se consubstanciar no contexto internacional, duas são as possibilidades de desdobramento até uma solução. Caso exista vínculo dos fornecedores com o Brasil, por exemplo, se a agência de turismo em que se contratou um pacote de viagem tiver sede no território brasileiro, o artigo 9º da Lei de Introdução (LINDB) atrai a lide para o tratamento pela jurisdição nacional. Com isso, toda a disciplina do Código Civil, Código do Consumidor e normas esparsas, como a Lei Geral de Turismo, são aplicadas.

Caso não seja identificada essa conexão com o país de origem do turista, o desenrolar do conflito dependerá das normas de DIPr do país em que ocorram os defeitos na prestação do serviço, bem como da existência de convenções ratificadas pelos países de origem e aquele onde foi realizado o passeio turístico. Neste ponto habita o que talvez seja a maior diferença entre as hipóteses de o fornecedor ser do país de origem do turista e de ser estrangeiro: ao passo que para o contratante de uma agência nacional a sentença judicial possui força executória, frente a todo o aparato normativo de que se dispõe, para o contratante de agência estrangeira pode não haver a mesma garantia processual.

Adentrando um nível mais profundo da reflexão sobre a proteção ao consumidor turista, quanto aos processos judiciais motivados por falha na prestação internacional do serviço, podem ser feitos breves apontamentos. O cumprimento de sentença é uma matéria que muitas convenções internacionais abordam, no intuito de viabilizar sua efetivação nas situações de decisão estrangeira. Ocorre que o tema da proteção ao consumidor, tão relevante para a manutenção da dignidade humana nas tarefas da vida, não recebeu suficiente atenção dos países signatários da *Judgments Convention*, da Conferência da Haia em Direito Internacional Privado (HCCH), de modo que restou prejudicada a oportunidade de se conceder maior força executória às decisões da seara de consumo. Reside aqui a relevância da complementação a esse acordo, uma vez que ela não atende plenamente às necessidades de que o art. 14 do CDC seja aplicado nos variados casos de consumo que envolvam turistas brasileiros e, mais que isso, a execução da sentença seja promovida pelo Estado.

Sem existir o vínculo da agência de turismo com o país de origem do turista internacional, possibilitando ser aplicado o instituto da responsabilidade solidária que se vale da cadeia de consumo em que o fornecedor demandado se insere, não há garantia de solução judicial, ou melhor, não há segurança de que a solução dada pelo julgador seja efetivada. É importante que instrumentos internacionais sejam levados à discussão e aprovação para que a proteção do consumidor não se apresente como uma garantia apenas nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2008 INTERNATIONAL RECOMMENDATIONS FOR TOURISM STATISTICS. **United Nations Statistical Commission**. New York / Madrid: [s. n.], 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.18111/9789211615210>.

AGUIAR JÚNIOR, R. R. Aspectos do Código de Defesa do Consumidor. **Ajuris**, [s. l.], v. 52, 1991.

ALMEIDA, J. E. de. A historicidade do Direito do Consumidor. **Revista de Consumidor - Âmbito Jurídico**, [s. l.], 2011.

BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: [s. n.], 1999.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida, tradução de Plínio Dentzien**. Rio de Janeiro: [s. n.], 2001.

BELANDA, D. NUANCES DO DIREITO CIVIL E CONSUMERISTA NA ERA DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 999, p. 549–562, 2019.

BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. 7 ed. rev.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.24824/978858042216.0>

BRASIL. **Constituição da República Federativa de 1988**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942**. Brasília: Presidência da República, 1942. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657compilado.htm.

BRASIL. **Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Brasília: Presidência da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm.

BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm.

BRASIL. **Lei nº 12.974, de 15 de maio de 2014**. Brasília: Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112974.htm.

CEZARO, J. de; SILVA, R. de. A hipervulnerabilidade do consumidor criança frente à publicidade infantil. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 19, 2020.

DAN, W. A proteção do turista através do direito do consumidor - efeitos da globalização e o estudo empírico da China. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 83, p. 207–220, 2012.

DOLINGER, J.; TIBURCIO, C. **Direito Internacional Privado**. 14.ed. [S. l.]: Grupo GEN, 2018. Disponível em: <https://doi.org/9788530980740>

GARBINI, V. G.; SQUEFF, T. de A. F. R. C.; SANTOS, T. F. S. de A. A vulnerabilidade agravada dos refugiados na sociedade de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 119, p. 19–47, 2018.

GUGLINSKI, V. Breve histórico do Direito do Consumidor e origens do CDC. **Editora Jus Podivm**, [s. l.], p. 1–29, 2013. Disponível em: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc>

MARQUES, C. L. 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 de consumo. **Curso de Direito Internacional, CJI/OEA**, Washington/Rio de Janeiro, p. 42, 2001.

MARQUES, C. L. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil : primeiras observações sobre os contratos à distância no comércio. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, [s. l.], v. 21, p. 65–99, 2002.

MARQUES, C. L. A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: Studium Generale sobre o consumidor como Homo Novus. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 85, p. 25–63, 2013a.

MARQUES, C. L. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 9. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. *E-book*.

MARQUES, C. L. Esforços para incluir o tema da proteção do turista na agenda de trabalho da Conferência de Haia e a proposta brasileira de “convenção de cooperação em matéria de proteção dos visitantes e turistas estrangeiros”. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 90, p. 39–64, 2013b.

MARQUES, C. L. International Protection of Consumers as a Global or a Regional Policy. **Journal of Consumer Policy**, [s. l.], p. 57–75, 2020a.

MARQUES, C. L. Por um direito internacional de proteção dos consumidores : sugestões para a nova lei de introdução ao Código Civil brasileiro no que se refere à lei aplicável a alguns contratos e acidentes de consumo. **Anais do 2º Congresso de Direito Internacional - PUC/PR**, Curitiba, 2004.

MARQUES, C. L. Texto das diretrizes de proteção do Consumidor, revisão de 2015 pela assembleia geral da ONU, em inglês e espanhol. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 104, 2018.

MARQUES, C. L. Um código para todos ou 30 anos de código de defesa do consumidor: conquistas e standards estabelecidos (acquis consumens) face ao mundo digital. *In: O DIREITO DO CONSUMIDOR NO MUNDO EM TRANSFORMAÇÃO [LIVRO ELETRÔNICO]*. 1.ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020b.

MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. ISSN 1098-6596.v. 2

MIRAGEM, B. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ªed. São Paulo]: Revista dos Tribunais, 2014.

MIRAGEM, B. Princípio da vulnerabilidade: perspectiva atual e funções no direito do consumidor contemporâneo. *In: MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B.; MAGALHAES, L. A. (org.). Direito do Consumidor - 30 anos de CDC*. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. *E-book*.

MIRAGEM, B. Serviços turísticos, espetáculos esportivos e culturais no mercado de consumo: a proteção do consumidor nas atividades de lazer e entretenimento. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 85, p. 67–113, 2013.

OLIVEIRA, V. M. de. **Curso de Direito Internacional Privado**. 4. ed.ed. [S. l.]: Grupo GEN, 2019. Disponível em: <https://doi.org/9788530985448>

PASQUALOTTO, A. Causa e responsabilidade nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 67, p. 9–33, 2008.

PASQUALOTTO, A.; SOARES, F. R. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 113, p. 81–109, 2017.

SARLET, I. W. A influência dos direitos fundamentais e relações privadas, em especial na jurisprudência do STF e ao caso da proteção do consumidor. *In: O DIREITO DO CONSUMIDOR NO MUNDO EM TRANSFORMAÇÃO [LIVRO ELETRÔNICO]*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

SCHMITT, C. H. A “Hipervulnerabilidade” Do Consumidor Idoso. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 70, p. 139-ss., 2009.

SECRETARIA DE JURISPRUDÊNCIA DO STJ. Informativo de Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. [s. l.], v. Número 484, p. 1–19, 2011.

SILVA, J. S. L. da. A evolução histórica sobre a proteção do consumidor e a previsão constitucional no Brasil. **ABDECON - Associação Baiana de Defesa do Consumidor**, [s. l.], 2018. p. 23.

SILVA, J. S. L. da. O consumidor turista estrangeiro no mundo : a necessária instituição de um sistema de proteção e cooperação internacional. Consumers foreign tourist in the world : the necessary establishment of a protection system and international cooperation. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 107, 2017a.

SILVA, L. R. F. O princípio da igualdade e o Código de Defesa do Consumidor. *In*: MIRAGEM, B.; MARQUES, C. L. (org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. v. 1.

SILVA, L. T. da P.; RODRIGUES, I. de A. A vulnerabilidade agravada da consumidora gestante, o assédio de consumo e o dever de informação do Estado e dos fornecedores. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 20–36, 2020. Disponível em: <https://link.gale.com/apps/doc/A647747722/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=4de0ce88>

SOARES, A. A. **A proteção internacional do consumidor turista**. 2017. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, [s. l.], 2017.

SOUZA, C. B. C.; SALIB, M. L. L. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 64–84, 2019.

SQUEFF, T. de A. F. R. C. A Responsabilidade Solidária das Agências de Turismo pelos defeitos na prestação dos serviços contratados. [s. l.], 2012.

TEPEDINO, G. A responsabilidade civil nos contratos de turismo. **Revista de Direito do Consumidor**, [s. l.], v. 26, p. 83–95, 1998.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). **World Tourism Barometer**. Madrid: [s. n.], 2019.

WORLD TRAVEL ORGANIZATION. International Tourism Highlights International tourism continues to outpace the global economy. **UNWTO**, [s. l.], p. 1–24, 2019.

ZANCHET, M.; MARQUES, C. L. **A proteção dos consumidores no direito internacional privado brasileiro**. 160 f. 2006. - Universidade federal do rio grande do sul, [s. l.], 2006.