

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL: A EFETIVIDADE DO ACORDO INTERINSTITUCIONAL PARA A PREVENÇÃO E A SOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Die Parteiautonomie verliert ihren Sinn - ebenso wie die materiellrechtliche Vertragsfreiheit-, wenn sie zur Herrschaft des Stärkeren über den Schwächeren wird (NEUHAUS, Paul Heinrich)¹.

*Joseane Suzart Lopes da Silva**

RESUMO: Trata-se de artigo científico que trata do problema atinente à posição vulnerável do turista estrangeiro no mundo e a necessária proteção dos seus interesses e direitos, versando sobre a iniciativa dos países que integram o Mercado Comum do Sul (Mercosul) de firmarem um Acordo Interinstitucional de Entendimento entre os Órgãos de Defesa do Consumidor dos Estados partes para a Defesa do Turista Visitante. No primeiro tópico do artigo, discorre-se acerca da relevância do turismo internacional, apresentando-se o seu conceito e características, transpondo-se, em seguida, a abordagem para a importância da proteção do consumidor no Direito Privado Internacional. O derradeiro tópico destina-se a versar acerca do panorama normativo atual do consumidor turista estrangeiro no Mercosul, concluindo-se que se denota premente a efetividade do referido Acordo Interinstitucional. Foram utilizados os métodos hipotético-dedutivo, dialético e hermenêutico, bem como a

¹ “A autonomia da vontade em Direito Internacional Privado perde seu sentido - assim como a liberdade contratual em direito material - se passa a ser instrumento de domínio dos mais fracos pelos mais fortes”. NEUHAUS, Paul Heinrich. *Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts*. 2.A. Tübingen: Mohr Siebeck, 1976, p. 172.

* Promotora de Justiça do Consumidor do Ministério Público do Estado da Bahia. Professora Adjunta de Direito das Relações de Consumo da Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia. Doutora e Mestre em Direito pela UFBA. Professora do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Baiana de Direito e Gestão.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

pesquisa exploratória bibliográfica e a técnica da observação indireta de obras e artigos científicos.

Palavras-chave: turista estrangeiro, proteção consumidor, mercosul, efetividade.

ABSTRACT: This scientific article deals with the problem related to the vulnerable position of foreign tourist problem in the world and the necessary protection of their interests and rights, dealing with the initiative of the countries of the Southern Common Market (MERCOSUR) to enter into an interinstitutional agreement of understanding between the Consumer Protection Institution of States for the Defence of Tourist Guest. On the first topic of the article, talks-about the relevance of international tourism, presenting its concept and characteristics, are transposing it, then the approach to the importance of consumer protection in international private law. The last topic is intended to traverse about the current legislative panorama consumer foreign tourist in Mercosur, concluding that pressing denotes the effectiveness of the Interinstitutional Agreement. It were used the hypothetical-deductive methods, dialectic and hermeneutic, as well as bibliographic exploratory research and the technique of indirect observation of works and scientific articles.

Keywords: foreign tourist, consumer protection, Mercosur, effectiveness.

SUMÁRIO Introdução; 1. A relevância do turismo internacional: aspectos gerais; 2. O direito internacional privado e a proteção do consumidor turista no mercosul; 2.1. A importância da proteção do consumidor turista; 2.2. O panorama normativo atual do consumidor turista

estrangeiro no Mercosul; Considerações finais;
Referências.

INTRODUÇÃO

O turismo tem-se intensificado constantemente por todo o mundo possibilitando que indivíduos das diversas partes do planeta possam deslocar-se para lugares distintos, a fim de conhecê-los, de usufruir das várias opções de lazer e de entretenimento ou com o fito de concretizar outros intentos. As atividades turísticas internacionais denotam-se múltiplas e variadas e têm suscitado o interesse e a atenção de milhares de sujeitos que almejam dirigir-se para outros países em busca do conhecimento de outras culturas e do contato com elementos históricos, socioeconômicos, culturais, ou seja, multifacetários, que viabilizem o alcance dos objetivos pretendidos.

Em 2014, segundo o Relatório Anual da Organização Mundial de Turismo (UNWTO)², 1,1 bilhão de turistas realizaram viagens internacionais, verificando-se um aumento do percentual de 4,4% em face do ano de 2013, acrescendo-se 48 milhões de pessoas neste âmbito, gerando também profícuos resultados para a economia dos países visitados³. No mencionado documento, a previsão para a 2015 seria de uma ampliação de 3% a 4%, contribuindo para a reanimação da economia global e para a incrementação dos países emergentes, em conformidade com a *World Economic Situation and Prospects* (WESP) e com a *United Nations Development Policy and Analysis Division* (UNDESA).

² O Relatório refere ao ano de 2015 ainda não se encontra divulgado no site da Organização Mundial de Turismo, mas existiam previsões sobre o incremento desta atividade. Disponível em: <<http://media.unwto.org/en/press-release>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

³ ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Turismo internacional: uma perspectiva global*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003, p. 30.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

Não obstante os destinos geográficos sejam distintos e variados, existem conflitos similares que frequentemente atingem os consumidores, envolvendo agências de turismo, transportes, estabelecimentos hoteleiros e outros fornecedores. A qualidade dos produtos e dos serviços ofertados pode vir a ser estigmatizada, caracterizando-se o descumprimento do quanto ofertado, bem como outras irregularidades são passíveis de afetar os interesses e os direitos dos consumidores. O turismo internacional vem-se expandindo nas últimas décadas e, *pari passu*, os problemas de natureza consumerista também vão emergindo, ficando o visitante estrangeiro à mercê das normas previstas nos ordenamentos jurídicos de cada um dos países visitados, sendo que nem sempre são conhecidas pelos que passam por determinadas agruras nas viagens concretizadas.

Vislumbra-se que os países do mundo estão preocupados com o desenvolvimento do turismo, compondo, atualmente, a UNWTO aproximadamente 155 (cento e cinquenta). Contudo, cada bloco econômico possui regras específicas sobre a temática envolvendo o turismo, como se observa com o Mercado Comum do Sul (Mercosul). Destina-se o presente artigo a tratar da análise da necessária efetividade do Acordo firmado entre países que integram o mencionado Mercado para o atendimento do consumidor turista estrangeiro.

Objetiva-se, inicialmente, apresentar noções basilares acerca do conceito e das características do consumidor turista, transpondo-se a abordagem para as regras protetivas existentes no âmbito do Mercosul. A redação do artigo encontra-se baseada nos métodos hipotético-dedutivo, dialético e argumentativo, adotando-se a linha de pesquisa crítico-metodológica e as vertentes jurídico-teórica, prospectiva e projetiva. Ademais, manejou-se a pesquisa exploratória de cunho bibliográfico e documental, perpassando pelo Direito Internacional Privado e pelo Direito das Relações de Consumo,

utilizando-se a técnica da observação indireta através da análise de artigos científicos e de obras sobre o assunto.

1 A RELEVÂNCIA DO TURISMO INTERNACIONAL: ASPECTOS GERAIS

Diante da inquestionável importância do turismo para o mundo, em 1925, foi realizado o Congresso Internacional de Associações Oficiais de Tráfego Turístico em Haia, na Holanda. Finalizado o segundo grande conflito de porte mundial, foi instituída a União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (UIOOT) na condição de entidade internacional não governamental que congregava representantes governamentais e associações privadas de turismo, fixando-se em Genebra. A relevância das atividades turísticas conduziu a Assembleia Geral das Nações Unidas a, em 1974⁴, transformá-la em um órgão intergovernamental, tornando-se, já em 2003, uma agência especializada, passando a denominar-se Organização Mundial do Turismo (UNWTO)⁵.

Atualmente, a UNWTO encontra-se sediada em Madrid, Espanha, e, além de ser composta por vários países, como visto acima, possui mais de 400 membros afiliados que representam o setor privado, instituições educacionais, associações e autoridades locais de turismo⁶. O principal objetivo da Organização é promover e desenvolver o turismo visando contribuir para a expansão econômica, a compreensão internacional, a paz, a prosperidade, bem como para o

⁴ Na terceira Conferência da UNWTO, realizada em 1979, em Torremolinos, Espanha, foi estabelecido que 27 de setembro seria considerado o dia internacional do turismo. Disponível em: < <http://media.unwto.org/en/press-release>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

⁵ O reconhecimento da Organização Mundial de Turismo como agência especializada deu-se por meio da Resolução AGNU 58/232. Disponível em: <<http://unstats.un.org/unsd/statcom/doc08/BGTourismStats>>. Acesso em: 08 abr. 2016.

⁶ Conferir informações no site da UNWTO.

respeito universal e a observância dos direitos e liberdades humanas fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião⁷. De acordo com o item 2 do art. 3º do Estatuto da Entidade, para o alcance deste objetivo, deverá prestar “especial atenção aos interesses dos países em vias de desenvolvimento no domínio do turismo”⁸.

O incentivo à educação sobre o turismo e a capacitação técnica dos agentes envolvidos com a seara são notáveis aspectos observados dentre os objetivos da Organização, reforçados na Declaração de Manila sobre Turismo Internacional de 1980, adotada durante a 6ª Sessão Ordinária da Assembleia Geral da UNWTO, concretizada em Sofia, Bulgária. A Carta de Direitos do Turismo e Código do Turista e a Declaração de Haia sobre Turismo, datadas, respectivamente, de 1985 e 1989, são relevantes documentos que corroboram os propósitos da Organização. O Código de Ética Mundial para o Turismo, assinado durante a Assembleia Geral, realizada em 01 de outubro de 1999, em Santiago, Chile⁹, terminou por confirmar o intuito da Organização de zelar para que as atividades e serviços turísticos sejam executados com responsabilidade e probidade, não beneficiando arbitrariamente e unilateralmente uma das partes e causando desequilíbrios infundados para a outra.

⁷ O cumprimento do objetivo geral da Organização Mundial de Turismo e das demais finalidades específicas suscita uma estrutura satisfatória, razão pela qual o art. 8, do Estatuto, no item 1, prevê que será composta pelos seguintes órgãos: Assembleia Geral; Conselho Executivo; e Secretariado⁷, cujas funções estão também explicitadas neste mesmo documento. Existem ainda as Comissões Regionais e os Comitês que, respectivamente, tratam de questões que emergem em dado país ou conjunto de nações acerca de temas específicos que requerem estudos mais aprofundados e discussões produtivas. Todos os órgãos atuam de modo harmônico tendo como foco a produção de conhecimento sobre o mercado de turismo e a promoção de políticas e instrumentos de apoio ao turismo. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/>>. Acesso em: 08 abr. 2016.

⁸ *Ibidem*, *idem*. Constituem línguas oficiais da Organização o francês, o inglês, o espanhol e o russo.

⁹ O Código de Ética Mundial para o Turismo foi aprovado por uma Resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas aprovada em 21.12.2001.

Todos aqueles documentos convergem para a concretização da meta de maximização da contribuição socioeconômica do turismo e da minimização de possíveis impactos negativos para o setor¹⁰. Como se nota, a UNWTO exerce um importante papel para que o turismo continue sendo inovado e impulsionado, garantindo-se aos países participantes apoio e assistência técnica, colaborando, ainda que de forma indireta, para que os consumidores fiquem satisfeitos e tenham os seus objetivos alcançados¹¹. No entanto, conforme será exposto em tópico específico, a Organização ainda não trilhou o caminho para incentivar a criação de um sistema de cooperação internacional para a prevenção e resolução de conflitos entre turistas estrangeiros e países visitados.

Inadmissível discorrer sobre as agruras enfrentadas pelo consumidor turista em âmbito estrangeiro sem expor em que consiste o termo “turismo” que muitos desconhecem, até mesmo operadores da área jurídica que não militam no campo em análise. A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) define o turista como um sujeito que sai do local da residência habitual para outro, onde permanece por período temporal que seja superior a 24 (vinte e quatro) horas, para o exercício de atividades diversas¹². Observa-se a importância de dois

¹⁰ Consultar o Código de Ética Global para o Turismo. Disponível em: <<http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>>. Acesso em: 01 mar. 2016.

¹¹ Sobre a proteção internacional do turista, podem ser examinadas as seguintes obras: Facal, Julio (org.). *Derecho del turismo*. Montevideo: FCU, 2006. ACEREZA, Miguel Ángel. *Promoção turística: um enfoque metológico*. Trad. Ângela M.M. do Espírito Santo et al. São Paulo: Pioneira, 1991. URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Studio Nobel/Sesx, 1996. TABARES, Fábio Cárdenas. *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. 2. ed. México: Trillas, 1986.

¹² “A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited (IRTS 2008, 2.9). A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise (IRTS 2008,

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

fatores para a identificação do turista, sendo um de natureza geográfica e o outro temporal, visto que somente poderá incorporar esta qualificação quem se movimenta para além do país de onde se origina e por uma quantidade de horas que supere um dia.

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, segundo a UNWTO, que possibilita o trânsito de pessoas no âmbito interno do país onde residam ou para outros lugares, denominando-se, na primeira hipótese, turismo doméstico e, na segunda situação, turismo internacional¹³. O deslocamento do turista pode se dar em decorrência de vários aspectos, vinculando-se às atividades profissionais ou pessoais, pouco importando para a sua caracterização e proteção. Será turista tanto aquele que se movimenta do seu ambiente cotidiano para a realização de negócios, ou o cumprimento de tarefas profissionais ou funcionais, quanto o que esteja perseguindo um objetivo pessoal, voltado para o entretenimento ou lazer. Pode também ser turista o indivíduo que esteja desenvolvendo atividades de cunho educacional¹⁴, religioso, cultural ou familiar. No século XXI, vislumbra-se uma modificação de natureza cultural no turismo, que,

2.13)”. Disponível em: <<http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>>. Acesso em: 01 mar. 2016.

¹³ Tratam do tema: BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 1998. LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (Org.). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. MAMEDE, Gladston. *Direito do Consumidor no Turismo*. Código de Defesa do Consumidor Aplicado aos Contratos, aos Serviços e ao Marketing do Turismo. São Paulo: Atlas, 2004

¹⁴ MARQUES, Cláudia Lima. Proposta Brasileira de Convenção sobre Cooperação em respeito da Proteção dos Turistas e Visitantes Estrangeiros na Conferência de Haia de Direito Internacional Privado: por uma Rede de Cooperação Global para proteger turistas estrangeiros. Disponível em: <<http://asadip.files.wordpress.com>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

antes apresenta-se mais vinculado às atividades tradicionais, passando a incluir congressos, profissionais ou de formação religiosa¹⁵.

A caracterização da figura do turista depende do tipo de visto por ele recebido, podendo ser apenas de visitante, de estudante ou para a realização de atividades negociais, pois, na sua estadia ou viagem, aduz Cláudia Lima Marques, será “sempre e também um consumidor”¹⁶. Quando o turista se desloca do seu nicho habitual para outro local, dentro do próprio país onde reside ou para outro local que ultrapassa as suas fronteiras, assume o papel de consumidor, eis que terá que acessar produtos e/ou serviços que, em regra, não lhes são disponibilizados gratuitamente, mas, sim, de modo remunerado.

Nos tempos hodiernos, os avanços na comunicação virtual, a popularização dos meios de transporte, principalmente, os aéreos e marítimos, e a integração econômica têm possibilitado que milhares de pessoas se utilizem do turismo internacional, por isso Zygmunt Baumann, desde a década de 90, preconizava que, no futuro, os problemas englobando tais consumidores aumentariam e que a revisitação da proteção jurídica seria inevitável¹⁷. O desejo e a admiração pelos produtos e serviços estrangeiros estão constantemente ampliando devido aos efeitos da globalização visivelmente perceptíveis através da oferta destes bens nos meios de comunicação de massa e, principalmente, na internet¹⁸. Ora, os preços dos itens importados são bem mais elevados e os interessados,

¹⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Proposta Brasileira de Convenção sobre Cooperação em respeito da Proteção dos Turistas e Visitantes Estrangeiros na Conferência de Haia de Direito Internacional Privado: por uma Rede de Cooperação Global para proteger turistas estrangeiros. Disponível em: <<http://asadip.files.wordpress.com>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

¹⁶ Ibidem, idem.

¹⁷ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999, p. 85 et seq.

¹⁸ FEATHERSTONE, Mike, *Cultura de Consumo e Pósmodernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 31.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

côncios de que poderão adquiri-los com valores bem menos vultosos nos países estrangeiros, valorizam e preferem as viagens internacionais, embora já seja possível e seguro comprá-los pela internet¹⁹.

O turista estrangeiro é denominado por Erik Jayme e Christian Kohler como um “consumidor-ativo”, uma vez que se desloca de país para outro a fim de realizar atividades que podem ter finalidades variadas, enquanto o “consumidor-passivo” é aquele que, sem sair das fronteiras nacionais, obtêm informações sobre um produto ou serviço estrangeiro e consegue contratá-lo sem qualquer movimentação geográfica internacional²⁰. Em face das facilidades nas comunicações, hoje, não se faz mais necessário viajar para outro país, para se ter acesso aos bens estrangeiros desejados, mas, ainda assim, o turismo internacional progride e avança avassaladoramente, pois, além de querer o bem de consumo estrangeiro, muitos sujeitos pretendem gozar as delícias e prazeres do deslocamento.

Importante também destacar que, anteriormente, o turismo internacional concentrava-se mais na Europa e na América do Norte, mas, nos tempos hodiernos, quase 50% das viagens estrangeiras destinam-se aos países em vias de desenvolvimento, que ainda não

¹⁹ Afirma Marques que “Consumir de forma internacional é típico de nossa época. O serviço ou produto estrangeiro é *status*, é bem simbólico na atual cultura de consumo”. MARQUES, Cláudia Lima. Normas de proteção do consumidor (especialmente, no comércio eletrônico) oriundas da União Européia e o exemplo de sua sistematização no Código Civil Alemão de 1896 - Notícia sobre as profundas modificações no BGB para incluir a figura do consumidor. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 4, p. 50 et seq, 2000.

²⁰ JAYME, Erik; KOHLER, Christian. *Europäisches Kollisionsrecht 1999- Die Abendstunde der Staatsverträge*, in IPRACT 1999, p. 404. Examinar também: JAYME, Erik. Jayme. Identité culturelle et intégration: le droit internationale privé postmoderne. *Recueil des cours* 251, Kluwer: The Hague, 1995, p. 60. JAYME, Erik. O direito internacional privado do novo milênio: a proteção da pessoa humana face à globalização. *Cadernos do Programa de Pós-graduação em Direito – PPGDir/UFRGS*, v. 1, n. 1, p. 94.

possuem uma estrutura organizacional satisfatória para atendê-los com presteza e eficiência²¹. Nessa senda, diversos problemas surgem em decorrência da precariedade e deficiência na recepção do consumidor estrangeiro nestes países – o que denota a necessidade e a imperiosidade de que aperfeiçoem a sistemática adotada no campo do turismo.

Com o evoluir histórico, o turismo internacional modificou a sua feição para abarcar pessoas que integram classes sociais menos abastadas, não mais ficando adstrito às castas elitizadas. Outra alteração no comportamento de muitos turistas é a não contratação de agências ou organizadores de viagens e a busca direta de informações sobre o seu destino por meio da internet, realizando negócios jurídicos sem a intermediação de terceiros²². O aumento da quantidade de pessoas que se deslocam do seu país de origem para diversos outros constitui um novo tônus do turismo estrangeiro e pressupõe consequentemente uma estrutura normativa condizente com a realidade atual.

O progresso tecnológico, assevera Klaus Tonner, tem sido visto no campo do turismo, possibilitando que os consumidores se utilizem de diversas informações extraídas do sistema informatizado, podendo realizar reservas e contratações à distância²³. Os contratos de turismo estão mais completos e interessantes, existindo redes globais de empresas e pacotes de viagens, novos acordos comerciais para “code sharing”, dentre outras inovações²⁴. No entanto, conquanto se note um avanço nos instrumentos de acesso ao turismo estrangeiro, não se contempla, *ipso facto*, a existência de uma rede global de

²¹ Cf. sítio eletrônico da WNWTO.

²² *Ibidem*, *idem*.

²³ TONNER, Klaus. Tourism and consumer protection in the European Union. *Revista da Associação dos Juizes do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre: Ajuris, t. 2, p. 809-822, 1998. Edição especial.

²⁴ MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado – da Necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 788/2001, p. 11 – 56, jun. 2001.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

cooperação internacional em prol do consumidor²⁵, tornando-se de substancial deferência o estudo da proteção do consumidor no espectro do Direito Internacional Privado²⁶. Justifica-se, assim, a destinação de um tópico específico para um breve tratamento deste ramo jurídico, adentrando-se, após, na análise do quadro atual da proteção do consumidor turista no plano internacional²⁷.

2 O DIREITO INTERNACIONAL PRIVADO E A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA NO MERCOSUL

A regulação jurídica das relações internacionais de ordem privada constitui o objeto científico do Direito Internacional Privado (DIPr.), consistindo em um conjunto de normas, doutrina e produção jurisprudencial destinadas à identificação da lei que será aplicável aos conflitos entre particulares que estão situados em países distintos²⁸.

²⁵ Acerca do assunto, examinar: SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 82, 2012, p. 113-174. ATHENIENSE, Luciana. Turismo de aventura: risco com responsabilidade. In: BADARÓ, Rui Aurélio Lacerda; CAVAGGIONI, Álvaro Sérgio (Orgs.). *O direito do turismo: perspectivas para o século XXI*. Piracicaba: IBCDTur, 2006.

²⁶ Sobre o tema, consultar: HOWELLS, Geraint; RAMSAY, Iain; WILHELMSSON, Thomas. Consumer law and its international dimension. In: HOWELLS, Geraint; RAMSAY, Iain; WILHELMSSON, Thomas. *Handbook of Research on International Consumer Law*. Elgar, 2010.

²⁷ MARQUES, Claudia Lima. Consumer Protection in Private International Law Rules: the need for an Interamerican Convention on the law applicable to some consumer contracts and consumer transactions, In: BOURGOIGNIE, Thierry (Dir.). *Regards croisés sur les enjeux contemporains du droit de la consommation*. Québec: Blais, 2006, p. 145 et seq.

²⁸ Na doutrina brasileira, examinar os clássicos: FULGÊNCIO, Tito. *Synthesis de Direito Internacional Privado*, Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1937; BEVILAQUA, Clóvis. *Princípios Elementares de Direito Internacional Privado*. Rio de Janeiro: Histórica, 1988; OCTAVIO, Rodrigo. *Direito Internacional Privado-Parte Geral*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1942.

Não trata o DIPr. de questões entre países ou organismos internacionais, voltando-se para casos entre particulares que ultrapassam as fronteiras nacionais e exigem uma solução coerente e eficaz, como lecionam Gerhard Kegel²⁹, Jan Kropholler³⁰ e Christian von Bar³¹. Constitui um ramo jurídico de inquebrantável relevância que, com o surgimento e o desenvolvimento da proteção jurídica do consumidor em terras alienígenas, precisa ser revisitado sob um viés pós-moderno.

Após examinar de forma aprofundada o Direito Internacional Privado, o professor Dr. Erik Jayme, de Heidelberg, desenvolve uma teoria pós-moderna considerando-o um instrumento propulsor para que as relações jurídicas entre particulares sejam arregimentadas pela harmonia e paz, reequilibrando-as e concatenando as “forças contraditórias sociais e econômicas” da atualidade³². Pondera o doutrinador que a pós-modernidade tem sido 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 globalizado³³. Dessa forma, o consumidor encontra-se lançado em um mundo onde produtos e serviços estrangeiros estão ao seu alcance através dos meios informatizados e as viagens internacionais avolumam-se em escala antes não vista.

²⁹ KEGEL, Gerhard. *Internationales Privatrecht*. 6. Aufl., Beck: Munique, 1987.

³⁰ KROPHOLLER, Jan. *Internationales Privatrecht*. J. C. B. Mohr: Tübingen, 1990.

³¹ von BAR, Christian. *Internationales Privatrecht*-vol.II, BT, Beck: Munique, 1991.

³² Jayme, Erik. O direito internacional privado do novo milênio: a proteção da pessoa humana face à globalização. In: *Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Direito PPGDir/UFRGS. Edição em Homenagem à Entrega do Título de Doutor Honoris Causa/UFRGS ao Jurista Erik Jayme*. vol. I. n. 1, mar. 2003. p. 61.

³³ *Ibidem*, *idem*.

2.1 A importância da proteção do consumidor turista

A maximização da presença do consumidor turista internacional exige que o Direito Internacional Privado se submeta ao que Erik Jayme denomina de *revival* dos direitos humanos³⁴, atualizando as suas bases para a sua efetiva proteção, assegurando-lhe instrumentos que possam prevenir e solucionar litígios transfronteiriços. Como afirma Cláudia Lima Marques, o direito do consumidor “é direito humano de nova geração” e merece um arcabouço protetivo no campo internacional e o DIPr. “seria então mais um instrumento de proteção dos mais fracos e de realização da Justiça nestas sociedades internacionalizadas, integradas ou globalizadas atuais”³⁵. De fato, não pode o DIPr. continuar como outrora tendo como foco precípua a resolução de questões entre pessoas físicas ou empresas pertencentes a países distintos, sob a ótica comercial ou empresarial, sendo conclamado a decifrar e pacificar problemas outros variados entre consumidores e agentes internacionais.

A previsão de normas de Direito Internacional Privado que possibilitem uma efetiva proteção para o turista estrangeiro fundamenta-se em fatores variados, destacando-se, no entanto, 05 (cinco) principais que resultam, segundo Cláudia Lima Marques, da

³⁴ Ibidem, idem. Cf. também: NORDMEIER, Carl Friedrich. Direito internacional privado: implicações em viagens aéreas internacionais e a situação jurídica dos passageiros. *RDC* 73/207-223. DOLINGER, Jacob. *Direito internacional privado – Contratos e obrigações no direito internacional privado*. Rio de Janeiro: Renovar, 2007. FERNÁNDEZ ARROYO, Diego P. “General Report”. In. FERNÁNDEZ ARROYO, Diego P. (Ed.). *Consumer Protection in International Private Relationships*. Assunção: CEDEP, 2010, p. 659.

³⁵ MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado – da Necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 788/2001, | p. 11 – 56, jun. 2001.

“especificidade do consumo internacional”³⁶ em comparação com as relações de natureza comercial. O primeiro fator corresponde ao fato de que, nas relações consumeristas internacionais, tem-se a presença de um leigo não profissional, enquanto nos negócios jurídicos entre comerciantes, a paridade entre os contratantes é facilmente perceptível. Desse modo, 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”³⁷.

Como segunda peculiaridade do consumo internacional, aponta-se a massificação contratual, citando Cláudia Lima Marques, “o turismo sazonal, o time-sharing, com seus círculos de trocas internacionais, os pacotes turísticos para grandes festas, os transportes aéreos, os cruzeiros marítimos etc.”³⁸. A elaboração unilateral de contratos padronizados ou de condições gerais pelas empresas estrangeiras, como é o caso, facilita e incentiva a inserção de disposições leoninas e, quando se tratam de instrumentos estrangeiros, muitos consumidores nem mesmo conseguem identificá-las previamente por causa de dificuldades linguísticas. A fragilidade do consumidor perante o contrato de adesão é ainda mais notável quando se trata do turista estrangeiro³⁹.

O terceiro fator que serve de esteio para a demonstração que o DIPr. deve preocupar-se com os consumidores turistas diz respeito ao fato de que os negócios jurídicos estabelecidos entre aqueles e os fornecedores estrangeiros são caracterizados pela “descontinuidade”,

³⁶ MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado – da Necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 788/2001, | p. 11 – 56, jun. 2001.

³⁷ KROPHOLLER, Jan. *Internationales Privatrecht*. J. C. B. Mohr: Tübingen, 1990, p. 635.

³⁸ MARQUES, Cláudia Lima., op. cit.

³⁹ CALAIS-AULOY, Jean; STEINMETZ, Frank Steinmetz. *Droit de la consommation*. 7. ed. Paris: Dalloz, 2006.

pois, quando retornam a sua terra pátria não os mantêm por espaço de tempo duradouro, como acontece com os contratos internacionais que, normalmente, se repetem em busca de certa duração⁴⁰. Ao tratar do tema, Cláudia Lima Marques argumenta que as regras sobre o comércio internacional, em geral, estão edificadas sobre “a base da confiança e da continuidade, do crescer de relações: aquele que compra internacionalmente, voltará a comprar se a ‘execução’ for adequada”⁴¹.

Na condição de quarta especificidade do contrato internacional de consumo, observa-se a presença de exíguos valores se comparados com os vínculos jurídicos comerciais, causando dificuldades para o acesso dos interessados ao aparato jurisdicional⁴². Em decorrência do valor pequeno, muitos turistas não exercem os seus direitos como consumidores, para evitar despesas judiciais elevadas, fazendo com que “a lide fique reprimida”⁴³, conduzindo-os a se manterem silentes ou a se limitarem a uma tentativa de resolução do problema apenas em sede administrativa. Aduz Toniollo que muitos turistas desistem de ingressar com demandas judiciais quando retornam ao seu país de origem exatamente em virtude das dificuldades para contatar os fornecedores estrangeiros e por causa das custos altos que terão que arcar⁴⁴.

⁴⁰ MARQUES, Cláudia Lima, op. cit., p. 45.

⁴¹ MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado – da Necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 788/2001, | p. 11 – 56, jun. 2001.

⁴² *Ibidem*, idem. Cf. ainda: GHERSI, Carlos Alberto. *La posmodernidad jurídica*. Buenos Aires: Gowa, 1995, p. 25.

⁴³ MARQUES, Cláudia Lima., op. cit.

⁴⁴ TONIOLLO, Javier Alberto. *La protección internacional del consumidor – Reflexiones desde la perspectiva del derecho internacional privado argentino*. *Revista de Derecho del MERCOSUR*, año II, n. 6, p. 94-117, dic. 1998.

Outra especificidade do consumo internacional, que seria um quinto fator, é a dificuldade de refazimento do serviço ou do produto contratado, caso seja considerado inadequado pelo consumidor⁴⁵. Nas hipóteses de contratação no campo do turismo, é muito difícil refazer aquilo que já se passou, posto que exigiria não somente que o fornecedor se dispusesse a esta tarefa, ou mesmo que viesse a ser compelido a tal mister, dependendo ainda da disponibilidade de tempo por parte do consumidor e de outros aspectos conjunturais de cunho mais complexo. Nos contratos internacionais de consumo, a inexecução ou a execução que frustra as expectativas do sujeito interessado dificilmente enseja uma nova edição da atividade, engendrando danos materiais e morais. A prevenção de litígios envolvendo o turismo internacional seria melhor opção do que ter que enfrentá-los, dando-se ao consumidor uma resposta meramente econômica⁴⁶.

A proteção ao consumidor tem evoluído nos diversos países do mundo dentro dos domínios nacionais de cada um destes, havendo o que Erik Jayme denomina de “fragmentação” na tutela deste sujeito frágil⁴⁷, tornando-se insatisfatória e lacunosa quando presente em território estrangeiro, como acontece com o turista. As regras do Direito Internacional Privado aplicáveis aos contratos comerciais não são adequadas para resguardar os interesses e os direitos dos turistas, eis que são baseadas em uma “flexibilização” lastreada no reconhecido equilíbrio entre as partes que ocupam posição igualitária. A autonomia da vontade dos contratantes permite que selecionem a lei

⁴⁵ Ardyllis Alves Soares aponta que, normalmente, o consumidor turista não atenta para maiores detalhes nas compras internacionais. SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. *RDC* 82, 2012, p. 124.

⁴⁶ MARQUES, Cláudia Lima, op. cit., p. 34.

⁴⁷ JAYME, Erik. Identité Culturelle et Intégration: Le Droit Internationale Privé Postmoderne: Cours Général de Droit International Privé. *Recueil des Cours: Collected Courses of the Hague Academy of International Law*. II. vol. 251. p. 167-200. Kluwer Law International: Hague, 1995.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

que regerá o negócio jurídico entabulado e o local da sua conclusão que, em regra, será o país do ofertante⁴⁸.

Dúvidas não pairam acerca da imprescindibilidade de serem elaboradas normas de Direito Internacional Privado para o fomento específico dos direitos dos consumidores leigos ou não profissionais diante da impossibilidade exitosa de aplicação das conexões que regulam o comércio internacional. Assim, pondera lucidamente Kropholler⁴⁹ e defende que 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. Seguindo esse pensamento, Cláudia Lima Marques assevera que os consumidores turistas internacionais não devem ser discriminados e que a implantação de uma cooperação global entre os órgãos administrativos e judiciários faz-se necessária para lhes garantir assistência informacional, jurídica e técnica, bem como o acesso à justiça⁵⁰. Entretanto, como será exposto nos próximos tópicos deste artigo, um caminho longo há que ser percorrido para que se seja possível um novel conjunto normativo internacional privado que priorize não somente a *lex mercatoria*, mas também que valorize o consumidor e o enxergue como um ser vulnerável que merece respeito e consideração, mormente, quando fora do seu país de origem.

⁴⁸ NORDMEIER, Carl Friedrich. Direito internacional privado: implicações em viagens aéreas internacionais e a situação jurídica dos passageiros. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 73. p. 207-223, jan.-mar.2010.

⁴⁹ KROPHOLLER, Jan. *Internationales Privatrecht*. J. C. B. Mohr: Tübingen, 1990, p. 648.

⁵⁰ MARQUES, Cláudia Lima. Proposta Brasileira de Convenção sobre Cooperação em respeito da Proteção dos Turistas e Visitantes Estrangeiros na Conferência de Haia de Direito Internacional Privado: por uma Rede de Cooperação Global para proteger turistas estrangeiros. Disponível em: <<http://asadip.files.wordpress.com>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

2.2 O panorama normativo atual do consumidor turista no Mercosul

O segundo grande conflito de porte mundial deixou vestígios por todas as partes do planeta e os países sulamericanos, na década de 60, seguindo os passos das organizações internacionais já existentes, deliberaram pela instituição da Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALALC). Na década de 80, esse organismo foi sucedido pela Associação Latino-Americana de Integração (ALADI) e, em 1991, com o Tratado de Assunção⁵¹, foi instituído o Mercado Comum do Sul, atualmente, composto por Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela, objetivando criar uma aliança comercial para a dinamização da economia regional e movimentação de capitais e pessoas⁵².

A criação de uma zona de comércio comum entre os países que integram o Mercosul contribuiu para que as pessoas se interessassem mais por visitá-los e conhecê-los. Outra consequência foi a disseminação de produtos e serviços entre os integrantes do bloco econômico, impulsionando os contratos comerciais e consumeristas⁵³. Em contrapartida, problemas entre fornecedores de um país e consumidores de outros que integram o Mercosul tornaram-se frequentes, movendo o Grupo do

⁵¹ Para o desenvolvimento das suas atividades, o Mercosul dispõe do Conselho do Mercado Comum (CMC), do Grupo Mercado Comum (GMC), do Fórum Consultivo Econômico e Social (FCES) e da Secretaria do Mercosul (SM)⁵¹. As Comissões de Comércio (CCM) e a Parlamentar Conjunta são também órgãos que compoem, além do Tribunal Permanente de Revisão, criado pelo Protocolo de Olivos em fevereiro de 2002, com sede em Assunção, Paraguai, visando minorar a insegurança jurídica e fortalecer o bloco econômico. ARRIGHI, Jean Michel. La Protección de los Consumidores y el Mercosur. *Revista Direito do Consumidor*, São Paulo, vol. 2, p. 126 et seq. 1992.

⁵² Sobre o tema, examinar: MARQUES, Claudia Lima (Org.). *Estudos sobre a proteção no Brasil e no Mercosul*. Porto Alegre: Livraria dos Advogados, 1994.

⁵³ GHERSI, Carlos Alberto, *Razones y fundamentos para la integración regional*, in: *Mercosur - Perspectivas desde el derecho privado*, Ghersi (Coord.), 1993, p. 30 e seg.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

Mercado Comum e editar a Resolução GMC 126/1994 cujo objeto foi a previsão de elaboração de um regulamento comum visando o estabelecimento de normas que uniformizassem o tratamento dos conflitos consumeristas⁵⁴. Por intermédio da diretriz CCM 1/1995, criou-se o Comitê de Trabalho de n. 7, denominado CT-7, vinculado à Comissão do Comércio do Mercosul (CCM)⁵⁵, para analisar especificamente a defesa do consumidor.

Dando continuidade aos trabalhos, o CT-7 redigiu texto sobre os direitos básicos do consumidor que foram incorporados na Resolução GMC 124/1996, aprovada em 16 de dezembro de 1994, refletindo o conteúdo presente na Carta Europeia dos Direitos do Consumidor e na Resolução da ONU sobre a matéria⁵⁶. A Resolução GMC 125/1996 tratou do relevante tema da saúde e da segurança do consumidor e, nesse mesmo ano, o Protocolo de Santa Maria regulou a jurisdição internacional das relações de consumo entre os países que integram o Mercosul. Ainda em 1996, as Resoluções GMC 126 e 127 dispuseram, respectivamente, sobre publicidade e garantia dos produtos e serviços disponibilizados no mercado de consumo. Cláudia Lima Marques denomina o período de trabalho do CT-7, de 1994 a 1997, como o ápice da política do consumidor no Mercosul,

⁵⁴ ARRIGHI, Jean Michel. La protección de los consumidores y el MERCOSUR. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 2, p. 124-136.

⁵⁵ Tal órgão assessoria o Grupo Mercado Comum (GMC), sendo ambos subordinados ao Conselho do Mercado Comum (GMC), órgão que representa a cúpula administrativa do bloco regional.

⁵⁶ STIGLITZ, Gabriel. El derecho del consumidor en Argentina y en el Mercosur. *RDC*, v. 6, p. 20.

destacando que houve etapas de estagnação ou mesmo de retrocesso em fases posteriores⁵⁷.

Alcançando-se a conclusão de que as normas editadas em 1996 sobre garantia dos bens de consumo deveriam ser buriladas, foi elaborada a Resolução GMC 42/1998 suplantou a Res. 127/1996⁵⁸. Trata da garantia contratual e determina que deve ser disponibilizada na forma escrita e padronizada para produtos iguais, tendo o conteúdo registrado na língua do país de consumo, sem prejuízo de ter os dois idiomas ou mais informações sobre o produto ou serviço⁵⁹.

Seguindo o escopo de melhorar as relações entre os partícipes do Mercosul acerca dos problemas consumeristas, em 03 de junho de 2004, foi firmado o “Acordo interinstitucional de entendimento entre os órgãos de defesa do consumidor dos Estados partes do Mercosul para a defesa do consumidor visitante”⁶⁰. Os países membros concordaram que, durante a estadia do consumidor em Estado parte distinto daquele do seu

⁵⁷ MARQUES, Cláudia Lima. Consumers protection policy in Mercosur: an evaluation. In: BOURGOIGNIE, Thierry (Org.). *L'intégration économique régionale et la protection du consommateur*. Québec: Yvon Blais, 2009, p. 375-380.

⁵⁸ BENJAMIN, Antônio Herman de V. Consumer Protection in Less-Developed Countries: The Latin American Experience. In: RAMSAY, Iaian (Ed.). *Consumer Law in the Global Economy*. USA: Asgate Brookfield, 1996, p. 50.

⁵⁹ Existem outros atos normativos sobre questões interessantes que não serão objeto de referência deste artigo por ser outro o seu propósito, entendendo-se como relevante ainda citar a Resolução GMC 26/2003, que congrega normas sobre rotulagem de alimentos embalados, e a Resolução GMC 45/2006 sobre publicidade enganosa. Há ainda o Acordo Mercosul/RMI, de n. 3/06, que permite aos nacionais dos países membros permanecer em outro pelo prazo máximo de 90 dias, desde que a viagem tenha motivação turística.

⁶⁰ MARQUES, Cláudia Lima., op. cit.

domicílio, deverão assessorá-lo e informá-lo a respeito de seus direitos, em particular os relacionados com os produtos e serviços que adquiram ou contratem.

Em conformidade com o desenvolvimento alcançado em cada localidade de seus respectivos países, colocarão à disposição dos consumidores mecanismos ágeis e eficazes, para possibilitar a solução de conflitos, porém de acordo com as normas e procedimentos do país anfitrião. Os países deverão zelar para que os consumidores visitantes obtenham informações sobre o curso das denúncias ou reclamações formuladas, competindo-lhes analisar os resultados do Acordo institucional, para fins de introdução de novas normas ou modalidades operativas com vistas a assegurar a adequada proteção da parte mais frágil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

1. O turismo internacional amplifica-se constantemente e, ao mesmo tempo, medram os conflitos entre fornecedores estrangeiros e consumidores vindicando que o Direito Internacional Privado evolua e não se detenha exclusivamente à disciplina dos contratos comerciais e de outros temas que, malgrado sejam notáveis, não podem subestimar aquelas questões. Muito se progrediu em termos de surgimento e desenvolvimento de organizações internacionais, blocos econômicos e institutos que convergem para a reunião dos esforços de muitos países para o desenvolvimento de propostas econômicas em conjunto e cooperação entre si. Sem embargo da prosperidade galgada, a efetiva proteção do consumidor turista na órbita internacional permanece um ideal a ser perseguido por todos aqueles que se dedicam ao estudo da temática.

2. A Organização Mundial do Turismo (UNWTO), inicialmente, empenhada em tratar da atividade sob a ótica

empresarial, atentou que o consumidor deve ser respeitado, eis que constitui o elemento subjetivo alvo dos empreendimentos comerciais, sem os quais os lucros não se avolumam e os resultados econômicos quistos não são conquistados. A partir de 2010, após os trágicos acontecimentos envolvendo acidentes naturais e nucleares, a UNWTO atentou para a indispensabilidade da fixação de parâmetros normativos para a proteção do consumidor turista estrangeiro. *A priori*, tencionou a Organização tratar da proteção do turista em estado de emergência, mas as críticas foram procedentes e, em 2013, o *Draft Convention on the Protection of Tourists and Tourism Service Providers* disciplinou a proteção para todo e qualquer estrangeiro.

3. O Acordo Interinstitucional de Entendimento entre os Órgãos de Defesa do Consumidor dos Estados partes do Mercosul para a Defesa do Turista Visitante” mostra-se inovador e consegue coligar as premissas basilares para a efetiva proteção do consumidor turista estrangeiro, de forma bastante simples e prática. Consubstancia-se em dois pilares essenciais: informação e cooperação e almeja que o sujeito mais frágil não reprima as suas demandas, mormente, as de menor valor, por causa da ausência de uma estrutura condizente.

4. Havendo boa vontade dos países na participação da rede de cooperação global em prol do viajante estrangeiro, duas consequências positivas serão obtidas em benefício do turismo em geral e do consumidor. Tendo os sujeitos conhecimento de que poderão reclamar de modo rápido, seguro e econômico acerca dos problemas que lhes acometem no decorrer de sua estadia no país que o recebe, a confiança no sistema existente os estimularão a voltar outras vezes, gerando mais divisas para o setor turístico. Por outro lado, o consumidor não esperará para dar início à demanda no país de origem, esquivando-se de um litígio caro, complexo e que nem sempre trará a solução mais adequada. Urge, portanto, que seja compreendida a efetividade necessária ao Acordo Interinstitucional

acima mencionado, a fim de que turista estrangeiro consiga solucionar as questões conflituosas com maior presteza e agilidade.

REFERÊNCIAS

ACEREZA, Miguel Ángel. *Promoção turística: um enfoque metológico*. Trad. Ângela M.M. do Espírito Santo et al. São Paulo: Pioneira, 1991.

ARRIGHI, Jean Michel. La Protección de los Consumidores y el Mercosur. *Revista Direito do Consumidor*, São Paulo, vol. 2, p. 126-136. 1992.

_____. Algunos apuntes para el estudio del tema de la protección al consumidor en la OEA. In: FERNANDEZ ARROYO, D.; MORENO RODRIGUEZ, J. M. (Coords.). *Protección de los consumidores en América; trabajos de la CIDIP VII (OEA)*. Asunción: La Ley, 2007.

_____. *Derecho Internacional Privado Interamericano*. Santa Fe: Rubinzal Culzoni, 2000, p. 19.

ATHENIENSE, Luciana. Turismo de aventura: risco com responsabilidade. In: BADARÓ, Rui Aurélio Lacerda; CAVAGGIONI, Álvaro Sérgio (Orgs.). *O direito do turismo: perspectivas para o século XXI*. Piracicaba: IBCDTur, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999, p. 85 et seq.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 1998.

BENJAMIN, Antônio Herman de V. Consumer Protection in Less-Developed Countries: The Latin American Experience. In: RAMSAY, Jaian (Ed.). *Consumer Law in the Global Economy*. USA: Asgate Brookfield, 1996, p. 50.

BEVILAQUA, Clóvis. *Princípios Elementares de Direito Internacional Privado*. Rio de Janeiro: Histórica, 1988.

BOURGOIGNIE, Thierry (Ed.). *L'intégration économique et la protection du consommateur*. Québec: Blais, 2009, p. 9ss.

CALAIS-AULOY, Jean; STEINMETZ, Frank Steinmetz. *Droit de la consommation*. 7. ed. Paris: Dalloz, 2006.

DOLINGER, Jacob. *Direito internacional privado – Contratos e obrigações no direito internacional privado*. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

FACAL, Julio (org.). *Derecho del turismo*. Montevideo: FCU, 2006.
ACEREZA, Miguel Ángel. *Promoção turística: um enfoque metológico*. Trad. Ângela M.M. do Espírito Santo et al. São Paulo: Pioneira, 1991.

FEATHERSTONE, Mike, *Cultura de Consumo e Pósmodernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995, p. 31.

FERNÁNDEZ ARROYO, D. La redefinición de la codificación americana del derecho internacional privado -¿Hay vida después de la CIDIP VII? In: _____; MORENO RODRIGUEZ, J. A. (coord.). *Protección de los consumidores en América; trabajos de la CIDIP VII (OEA)*. Asunción: La Ley, 2007.

FULGÊNCIO, Tito. *Synthesis de Direito Internacional Privado*, Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1937.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

HOWELLS, Geraint; RAMSAY, Iain; WILHELMSSON, Thomas. Consumer law and its international dimension. In: HOWELLS, Geraint; RAMSAY, Iain; WILHELMSSON, Thomas. *Handbook of Research on International Consumer Law*. Elgar, 2010.

JAYME, Erik; KOHLER, Christian. *Europäisches Kollisionsrecht 1999- Die Abendstunde der Staatsverträge*, in IPRAx 1999, p. 404.

_____. JAYME, Erik. Jayme. Identité culturelle et intégration: le droit internationale privé postmoderne. *Recueil des cours 251*, Kluwer: The Hague, 1995, p. 60.

_____. O direito internacional privado do novo milênio: a proteção da pessoa humana face à globalização. *Cadernos do Programa de Pós-graduação em Direito – PPGDir/UFRGS*, v. 1, n. 1, p. 94. Mar. 2003.

KEGEL, Gerhard. *Internationales Privatrecht*. 6. Aufl., Beck: Munique, 1987.

KROPHOLLER, Jan. *Internationales Privatrecht*. J. C. B. Mohr: Tübingen, 1990.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (Org.). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.

MAMEDE, Gladston. *Direito do Consumidor no Turismo*. Código de Defesa do Consumidor Aplicado aos Contratos, aos Serviços e ao Marketing do Turismo. São Paulo: Atlas, 2004

MARQUES, Cláudia Lima. Proposta Brasileira de Convenção sobre Cooperação em respeito da Proteção dos Turistas e Visitantes

Estrangeiros na Conferência de Haia de Direito Internacional Privado: por uma Rede de Cooperação Global para proteger turistas estrangeiros. Disponível em: <<http://asadip.files.wordpress.com>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

_____. Normas de proteção do consumidor (especialmente, no comércio eletrônico) oriundas da União Européia e o exemplo de sua sistematização no Código Civil Alemão de 1896 - Notícia sobre as profundas modificações no BGB para incluir a figura do consumidor. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 4, p. 50 et seq, 2000.

_____. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado – da Necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 788/2001,| p. 11 – 56, jun. 2001.

_____. Consumer Protection Policy in MERCOSUR. In. FRANCA FILHO, Marcilio; LIXINSKI, Lucas; GIUPPONI, María Belén Olmos. *The Law of Mercosur*. Portland: Hart, 2010, p. 331ss.

_____. *Estudos sobre a proteção no Brasil e no Mercosul*. Porto Alegre: Livraria dos Advogados, 1994.

_____. Consumer Protection in Private International Law Rules: the need for an Interamerican Convention on the law applicable to some consumer contracts and consumer transactions, In:

NEUHAUS, Paul Heinrich. *Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts*. 2.A. Tübingen: Mohr Siebeck, 1976.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA ESTRANGEIRO NO MERCOSUL

NORDMEIER, Carl Friedrich. Direito internacional privado: implicações em viagens aéreas internacionais e a situação jurídica dos passageiros. *RDC 73/207-223*.

OCTAVIO, Rodrigo. *Direito Internacional Privado-Parte Geral*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1942.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Turismo internacional: uma perspectiva global*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003, p. 30.

SOARES, Ardyllis Alves. A Tutela Internacional do Consumidor Turista. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 82, 2012, p. 113- 174.

STIGLITZ, Gabriel. El derecho del consumidor en Argentina y en el Mercosur. *RDC*, v. 6, p. 20.

TABARES, Fábio Cárdenas. *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. 2. ed. México: Trillas, 1986.

TONIOLLO, Javier Alberto. *La protección internacional del consumidor – Reflexiones desde la perspectiva del derecho internacional privado argentino*. *Revista de Derecho del MERCOSUR*, año II, n. 6, p. 94-117, dic. 1998.

TONNER, Klaus. Tourism and consumer protection in the European Union. *Revista da Associação dos Juizes do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre: Ajuris, t. 2, p. 809-822, 1998. Edição especial.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São

Joseane Suzart Lopes da Silva

Paulo: Studio Nobel/Sesx, 1996.

VON BAR, Christian. *Internationales Privatrecht*-vol.II, BT, Beck: Munique, 1991.

Recebido em 15 de maio de 2016
Aprovado em 11 de agosto de 2016

