

# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE  
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

#### **Secretarias**

#### **Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

#### **Comunicação:**

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

#### **Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

#### **Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

#### **Educação Jurídica**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

#### **Eventos:**

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

#### **Comissão Especial**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara; Edith Maria Barbosa Ramos; Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-593-4

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).



# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

### **Apresentação**

#### **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I**

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I durante o IX Encontro Virtual do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado nos dias 22 a 26 de junho de 2026, que teve por tema geral “Constituição, Processo e Justiça Judicial: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de Direitos”. Trata-se da nona experiência de encontro virtual do CONPEDI em mais de três décadas de existência.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central grupo. Essa temática traz consigo os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica enfrentam no tocante ao estudo dos referenciais teóricos do Direito do Consumidor e temáticas conexas. Os trabalhos apresentados no grupo de trabalho evidenciaram a centralidade das novas vulnerabilidades nas relações de consumo contemporâneas, especialmente diante da intensificação da vida digital, da economia de dados e da expansão de práticas comerciais cada vez mais sofisticadas.

Em um primeiro eixo, destacaram-se pesquisas voltadas à proteção da personalidade, à tutela de crianças, adolescentes, idosos e consumidores analógicos, bem como aos riscos

crédito fácil, fintechs, conciliação, dever de informação e termos de ajustamento de conduta, indicaram a urgência de se repensar os instrumentos de prevenção e solução de conflitos, sobretudo diante de práticas mercadológicas que estimulam o consumo imediato, ampliam a assimetria informacional e agravam a situação de consumidores jovens, idosos, de baixa renda ou emocionalmente expostos a estímulos digitais intensivos.

Em um segundo eixo, o grupo de trabalho aprofundou a reflexão sobre algoritmos, plataformas digitais, responsabilidade civil, governança regulatória e sustentabilidade nas relações de consumo. As discussões sobre capitalismo de vigilância, publicidade algorítmica, contratos invisíveis, termos de uso, precificação dinâmica, cibercrimes e proteção do consumidor turista apontaram para a necessidade de revisão dos parâmetros clássicos de responsabilização, uma vez que as plataformas digitais atuam não apenas como intermediárias, mas como agentes econômicos capazes de estruturar escolhas, direcionar comportamentos, explorar dados pessoais e produzir novas formas de dependência e assimetria.

Ao mesmo tempo, os trabalhos voltados à evolução histórica do Código de Defesa do Consumidor, aos princípios fundamentais da matéria, à competência legislativa, à governança global e à obsolescência programada permitiram situar os desafios atuais em uma perspectiva mais ampla, conectando a proteção consumerista à sustentabilidade, ao direito à informação, à regulação transnacional e à crítica da sociedade de consumo.

A análise conjunta dos temas revela um campo jurídico em transformação, no qual a defesa do consumidor precisa dialogar com tecnologia, ética, economia comportamental, proteção de dados, meio ambiente e políticas públicas. Assim, o grupo de trabalho demonstrou que o Direito do Consumidor permanece como instrumento essencial de promoção da dignidade humana, mas deve ser continuamente atualizado para responder aos impactos da digitalização, da financeirização do consumo, da exploração algorítmica e da crise socioambiental contemporânea.

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Prof. Dr.<sup>a</sup> Edith Maria Barbosa Ramos

Prof. Dr.<sup>a</sup> Sinara Lacerda Andrade Caloche

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA NO DIREITO INTERNACIONAL:  
ENTRE A HIPERVULNERABILIDADE E OS DESAFIOS DA INTEGRAÇÃO  
NORMATIVA**

**THE PROTECTION OF THE TOURIST CONSUMER IN INTERNATIONAL LAW:  
BETWEEN HYPER-VULNERABILITY AND THE CHALLENGES OF  
NORMATIVE INTEGRATION**

**Fernanda Rodrigues Endrissi  
Fernanda Sabião Espinhara  
Patricia Ayub da Costa**

**Resumo**

O presente artigo analisa a proteção jurídica do consumidor turista no cenário da globalização e transnacionalização dos mercados. O objetivo central é investigar os mecanismos de tutela desenvolvidos por organismos internacionais para mitigar as assimetrias e desequilíbrios informacionais inerentes a essas relações de consumo. A metodologia possui natureza qualitativa e base bibliográfica, envolvendo a análise de documentos normativos globais, resoluções regionais e doutrina especializada. Caracteriza-se o consumidor turista como um sujeito hipervulnerável, condição agravada por barreiras linguísticas, pelo desconhecimento de ordenamentos jurídicos estrangeiros e pela transitoriedade de sua estadia no destino. Apesar da existência de marcos protetivos relevantes, como as Diretrizes da Organização das Nações Unidas (ONU), o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT) elaborado pela Organização Mundial do Turismo e os acordos no âmbito do Mercosul, sua efetividade é mitigada pela morosidade na integração normativa nacional. Conclui-se que a segurança jurídica do viajante depende do compromisso estatal em converter diretrizes internacionais em garantias efetivas nos ordenamentos jurídicos internos.

**Palavras-chave:** Consumidor turista, Hipervulnerabilidade, Mercosul, Integração normativa, Organização das nações unidas

**Abstract/Resumen/Résumé**

developed by the World Tourism Organization, and agreements within the scope of Mercosul—their effectiveness is mitigated by the slowness of national normative integration. It is concluded that the legal security of the traveler depends on state commitment to converting international guidelines into effective guarantees within domestic legal systems.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Tourist consumer, Hyper-vulnerability, Mercosur, Normative integration

## INTRODUÇÃO

A contemporaneidade é marcada por uma mobilidade sem precedentes, na qual a revolução digital e a transnacionalização dos mercados elevaram o turismo ao status de pilar central da economia global. Esse fenômeno impulsionou uma nova dinâmica de consumo, exigindo dos agentes de mercado uma adaptação célere a um setor que movimenta trilhões de dólares anualmente, sendo responsável pela geração de milhões de empregos e pelo fortalecimento do Produto Interno Bruto (PIB) de diversas nações.

Nesse contexto, observa-se uma mudança paradigmática no perfil do consumidor contemporâneo: o ato de consumir deixou de se restringir à satisfação de necessidades básicas e utilitárias, como a simples aquisição de bens de subsistência, para se converter em uma busca incessante por status, prazer e vivências singulares. Impulsionado pela cultura da imagem e pela facilidade de acesso às plataformas digitais, o consumo passou a refletir valores de realização pessoal e símbolos de pertencimento social.

Esse perfil de consumo potencializa a propagação de práticas comerciais abusivas, consolidando a figura do consumidor turista como um sujeito hipervulnerável. Essa condição decorre do fato de que, diante de falhas na prestação de serviços ou na aquisição de bens, o viajante enfrenta óbices significativamente mais complexos do que o consumidor que contrata dentro de seu próprio domicílio. Entre esses obstáculos, destacam-se as barreiras linguísticas, o desconhecimento dos ordenamentos jurídicos estrangeiros e a natureza transitória de sua permanência no destino, fatores que, em conjunto, dificultam o acesso imediato aos mecanismos de proteção e à prestação jurisdicional local.

A vulnerabilidade do consumidor turista também é agravada pela assimetria informacional inerente às transações internacionais, muitas vezes realizadas em plataformas digitais sediadas em jurisdições distintas de seu domicílio. Esse quadro justifica a presente pesquisa ante a necessidade de uma tutela que transcenda a rigidez da soberania estatal tradicional, visando assegurar a eficácia dos direitos fundamentais, a dignidade humana e a justiça social no âmago das relações de consumo transfronteiriças.

A presente artigo, portanto, tem o objetivo investigar os mecanismos de proteção estruturados por organismos internacionais, analisando a eficácia das estratégias adotadas por essas instituições para mitigar as assimetrias inerentes ao setor turístico. Para tanto, foram examinados instrumentos como as Diretrizes da Organização das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor, o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT), instituído pela Organização Mundial do Turismo, e o arcabouço normativo regional formulado no âmbito do Mercosul.



A metodologia adotada consiste em uma pesquisa de natureza qualitativa com base bibliográfica e documental. O procedimento envolve a análise de documentos normativos internacionais, resoluções do Mercosul e da legislação nacional, além de um levantamento da doutrina especializada em Direito do Consumidor e Direito Internacional Privado. A abordagem é descritiva e analítica, buscando correlacionar as diretrizes globais aos desafios práticos de sua efetiva aplicação nos ordenamentos jurídicos internos, com especial atenção ao Brasil.

Antecipa-se que, não obstante a existência de diretrizes internacionais e regionais avançadas para a tutela do viajante, a efetividade desses direitos é frequentemente cerceada por obstáculos na integração normativa interna. Observa-se que entraves políticos e a morosidade nos processos de incorporação legislativa geram um vácuo jurídico entre as garantias proclamadas em fóruns internacionais e a proteção efetivamente acessível ao turista em seu cotidiano. Assim, a segurança jurídica do consumidor transfronteiriço permanece comprometida, enquanto a normativa doméstica não converge plenamente com os padrões globais de assistência e proteção.

## **A GLOBALIZAÇÃO E O MERCADO DE CONSUMO**

A globalização, caracterizada pela intensa mobilidade de capitais e pela transnacionalização dos mercados<sup>1</sup>, aliada à expansão do comércio eletrônico<sup>2</sup>, reduziu distâncias e consolidou o turismo internacional como um dos principais vetores de lazer e intercâmbio cultural. O ato de viajar na contemporaneidade transcende o deslocamento físico, pois representa a busca por experiências diversas e funciona como um mecanismo de evasão da rotina em uma sociedade marcada pela hiperconectividade.

Aliada a isso, a cultura da imagem fomentada pelas redes sociais reconfigurou o turismo como um objeto central de desejo e afirmação pessoal. Nesse cenário, o consumo turístico assume uma dimensão simbólica, na qual o viajante busca não apenas o serviço de

---

<sup>1</sup>Muniz (2013, p. 162) destaca que, sob a perspectiva econômico-financeira, a globalização caracteriza-se pela intensificação da mobilidade dos capitais, pela flexibilização da produção e pela crescente transnacionalização e integração dos mercados. Levando-se em consideração esse contexto, a expansão econômica ultrapassa as fronteiras geográficas dos Estados nacionais, resultando na progressiva limitação de seu poder e de sua capacidade de atuação nos âmbitos econômico e social. A autora observa que tais processos promovem profundas transformações na estrutura das sociedades contemporâneas, alcançando desde os núcleos mais básicos, como as famílias, até a própria concepção de Estado.

<sup>2</sup>O comércio eletrônico é conceituado por Teixeira (2021, p. 27) como uma extensão do comércio tradicional, mas realizado integralmente em ambiente digital. Suas operações de troca, compra, venda e prestação de serviços são mediadas por equipamentos e softwares que possibilitam conduzir todo o processo negocial, desde a fase pré contratual até a conclusão e execução do contrato, especialmente no caso de bens intangíveis.

hospedagem ou transporte, mas a validação social proporcionada pelo registro e exibição de suas vivências nas redes sociais.

Esse fenômeno impulsionou o crescimento do interesse pelo turismo e contribuiu para ampliar e democratizar o acesso ao planejamento de viagens. Ferramentas que permitem a comparação instantânea de preços, aliadas a sistemas de avaliação baseados na experiência de outros usuários, conferem maior transparência e segurança ao consumidor. Com isso, o sujeito passa a tomar decisões mais informadas sobre o destino, o período e a viabilização da viagem, com base nas experiências de outros viajantes registradas online.

Consolidou-se, assim, um ambiente favorável à expansão de novos modelos de negócio e à intensificação dos investimentos no setor turístico. O surgimento de plataformas digitais, como o Airbnb, focado na economia colaborativa, e agências de viagens online (OTAs) como o Booking.com, o Expedia e o Hurb, contribuiu decisivamente para a reconfiguração da oferta de hospedagem (Verbicaro; Vieira, p. 2).

Essas ferramentas, ao operarem por meio de infraestruturas tecnológicas de fácil acesso pelos usuários, uma vez que o uso de dispositivos móveis e computadores é amplamente difundido, viabilizaram o compartilhamento de bens e serviços. Além disso, democratizaram o acesso a pacotes turísticos que, anteriormente, eram restritos a canais de venda físicos e intermediários tradicionais.

Como observa Soares (2016, p. 484):

Além de facilitar o acesso do turista a informações sobre praticamente qualquer local do mundo, instigando-o a conhecer muitos deles, a rede mundial de computadores proporcionou que o consumidor tivesse acesso direto a muitos fornecedores [...], independente do nicho de mercado. Elevou-se, assim, o número de turistas que realiza toda a programação da viagem diretamente com os fornecedores, evitando as agências de turismo.

A dimensão desse fenômeno é evidenciada por indicadores de alcance global. Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) apontam que 2025 constituiu um marco para a mobilidade internacional, com aproximadamente 1,52 bilhão de chegadas de turistas em todo o mundo (Un Tourism, 2026). No plano econômico, a relevância do setor se confirma pelos dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (World Travel & Tourism Council), que apontam que o turismo movimentou cerca de US\$ 11,7 trilhões, o equivalente a aproximadamente 10,3% do Produto Interno Bruto mundial (WTTC, 2026).

Sob a ótica de Muniz (2013, p. 166), o consumo moderno transcende a mera satisfação de necessidades biológicas ou funcionais, assumindo um caráter predominantemente hedônico e experiencial. Impulsionadas pela globalização e pela onipresença dos meios de comunicação,

emergiram demandas que fomentam a busca ininterrupta por bens e serviços. Sob esse aspecto, as prioridades de consumo foram reconfiguradas: os indivíduos deslocam o foco das necessidades essenciais para desejos simbólicos e complexos, pautados na subjetividade e na gratificação emocional.

De maneira similar, Marques (2016, p. 137) destaca que, sob a égide da globalização, o consumo passou a refletir valores intrinsecamente associados ao status, à vivência e à realização pessoal. No âmbito do turismo, essa transformação manifesta-se de forma ainda mais evidente, uma vez que o viajante busca experiências singulares, lazer e satisfação emocional. O ato de consumir, especialmente durante as viagens, consolidou-se como uma ferramenta de afirmação social, impulsionado pela cultura da imagem nas redes sociais, onde a exibição de trajetórias e destinos atua como um mecanismo de validação.

Esse cenário, contudo, amplia a exposição do consumidor a práticas comerciais abusivas, visto que o desejo por experiências simbólicas muitas vezes precede a cautela com as garantias jurídicas. No calor do momento da viagem, o turista não avalia todos os riscos inerentes a um contrato internacional, esquecendo de sopesar adequadamente os perigos envolvidos, nem se os benefícios são suficientes para justificar a contratação, negligenciando as complexidades das relações transnacionais e a distância geográfica em relação ao fornecedor local.

Ramos (2023, p. 65) manifesta profunda preocupação com a vulnerabilidade do consumidor turista diante da expansão do comércio eletrônico global. Essa fragilidade acentua-se quando a contratação envolve fornecedores em jurisdições estrangeiras, cujas legislações podem ser consideravelmente menos rigorosas que as normas protetivas do domicílio do viajante.

A partir dessa realidade, a vulnerabilidade informacional do turista é potencializada pela distância geográfica e por barreiras linguísticas no acesso a plataformas digitais internacionais. A aceitação compulsória de termos e condições de uso padronizados, formulados de maneira unilateral por empresas estrangeiras, dificulta a compreensão dos riscos contratuais e inviabilizam a defesa imediata do consumidor, que se vê desassistido em um ambiente jurídico desconhecido.

A garantia de segurança jurídica, diante da diluição das fronteiras físicas e da facilitação do acesso a viagens via internet, constitui elemento indispensável para a preservação da confiança no mercado. O fomento ao desenvolvimento sustentável do setor turístico, que movimenta trilhões de dólares e representa expressiva parcela do PIB mundial, depende da eficácia de mecanismos que protejam o viajante contra assimetrias transfronteiriças.

Para enfrentar tais óbices, Ramos (2023, p. 66) propõe a consolidação de um “consumerismo global” pautado na tutela multinível. Esta abordagem transcende o positivismo jurídico clássico ao buscar a harmonização de diferentes fontes normativas, visando assegurar a promoção da justiça social e a salvaguarda da dignidade humana nas intrincadas relações de consumo que definem a sociedade contemporânea.

Desse modo, torna-se necessário analisar as diretrizes internacionais que balizam a proteção do viajante no cenário global. Tal exame permite compreender como se articula a tutela desse sujeito, cuja condição de hipervulnerabilidade exige respostas jurídicas coordenadas e eficazes.

## **A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR TURISTA**

No ordenamento jurídico brasileiro, a defesa do consumidor transcende a esfera infraconstitucional, sendo elevada à categoria de direito fundamental e de princípio da ordem econômica, nos termos dos artigos 5º, XXXII, e 170, V, da Constituição Federal. Sob essa ótica, estabelece-se um dever compartilhado entre o Estado e os agentes de mercado: o de assegurar práticas transparentes que promovam a harmonização das relações de consumo (Grinover *et al.*, 2022).

No plano infraconstitucional, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) instrumentaliza esse mandado, consolidando um microsistema de proteção estruturado sobre o princípio da vulnerabilidade (art. 4º, I), que reconhece a fragilidade do consumidor sob as vertentes técnica, econômica e jurídica<sup>3</sup>. Como sustentam Martins, Pauseiro e Ramada (2023), a aplicação da norma consumerista demanda uma interpretação teleológica, que priorize a salvaguarda da parte vulnerável em equilíbrio com os interesses do mercado.

Martins *et al.* (2023, p. 97) discorrem que:

A vulnerabilidade, enquanto figura jurídica, é vocábulo largamente utilizado nas declarações e convenções internacionais de direitos humanos. Inicialmente internalizada no Brasil através do Código de Defesa do Consumidor (artigo 4º, inciso I) e, posteriormente, em demais legislações de promoção de agentes constitucionalmente identificados, a vulnerabilidade tomou corpo na jurisprudência (law in action), cumprindo satisfatoriamente duas funções normativas: regra (enquanto presunção normativa)<sup>10</sup> e princípio lógico (enquanto dimensão de peso)<sup>11</sup>.

A complexidade da globalização e a intensificação dos fluxos migratórios impõem desafios que extrapolam os limites da vulnerabilidade consumerista clássica. O turista

---

<sup>3</sup> De acordo com Vieira (2016, p. 483), a definição de consumidor abrange tanto pessoas físicas quanto jurídicas, desde que estas atuem como destinatárias finais do produto ou serviço. Para a autora, o traço distintivo dessa condição é o encerramento da cadeia produtiva, no qual o bem é retirado do mercado para suprir necessidades pessoais ou familiares, sem destinação profissional.

internacional deixa de ser um mero agente econômico para se tornar um sujeito imerso em uma transitoriedade atípica, cuja condição é marcada por severas limitações práticas e informacionais que, inevitavelmente, acentuam sua fragilidade nas relações de consumo que extrapolam as barreiras geográficas locais.

Conforme leciona Marques (2016, p. 138), o Direito do Consumidor assumiu uma essência transnacional que ainda não foi plenamente absorvida pelos ordenamentos jurídicos internos. Muitas legislações nacionais, concebidas antes da democratização da internet, apresentam lacunas que comprometem a segurança jurídica e o amplo acesso à justiça, especialmente diante do distanciamento geográfico entre fornecedor e consumidor.

Contudo, a autora (Marques, 2016, p. 138) ressalta que a sede internacional de uma empresa ou a prestação de serviços no estrangeiro não eximem o Estado de seu dever de proteção. Afinal, a tutela jurídica deve ser intrínseca ao sujeito vulnerável, acompanhando-o independentemente das fronteiras físicas do mercado globalizado.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) positiva a vulnerabilidade agravada ao estabelecer proibições específicas: o artigo 37, § 2º, qualifica como abusiva a publicidade que explore a deficiência de julgamento e a inexperiência de crianças, enquanto o artigo 39, IV, veda que o fornecedor se prevaleça da fraqueza ou ignorância do consumidor, seja em razão da idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe produtos ou serviços.

Essa proteção diferenciada é sistematizada pela doutrina como hipervulnerabilidade, conceito que Grinover *et al.* (2022, p. 338) definem como uma intensificação juridicamente relevante da fragilidade comum a todos os consumidores, potencializada por situações específicas que os expõem a riscos maiores. Nessa mesma linha, Barocelli (2017, p. 53-55) ressalta que essa condição não é um estado fixo ou permanente, mas sim o resultado de um amálgama de fatores sociais, culturais e pessoais que incidem sobre determinados grupos em contextos específicos de tempo e espaço.

Dessas premissas, depreende-se que a hipervulnerabilidade assume um caráter relativo e casuístico: sua identificação exige uma análise do caso concreto e das características individuais dos sujeitos envolvidos na relação de consumo, impondo ao ordenamento jurídico a obrigação de oferecer respostas igualmente específicas e proporcionais à fragilidade demonstrada.

No caso do consumidor turista, a permanência em país estrangeiro impõe obstáculos que comprometem severamente sua capacidade de defesa e a autodeterminação nas decisões de consumo. Essa fragilidade é exacerbada por uma série de fatores: a limitação temporal da estadia, que inviabiliza a busca por soluções contratuais ou judiciais prolongadas; o

desconhecimento do ordenamento jurídico e das instituições locais, o que obstaculiza o acesso a mecanismos de proteção; e, por fim, a barreira linguística, que atua como um fator adicional de insegurança informacional, aprofundando o distanciamento entre o fornecedor e o sujeito vulnerável.

Marques (2016, p. 138) elucida que o consumo internacional é estruturado por um acentuado desequilíbrio informacional, no qual o consumidor é frequentemente atraído por estratégias agressivas de marketing ou pela falta de conhecimento acerca das complexidades das relações transnacionais, enquanto as regras de Direito Internacional Privado permanecem, em grande medida, orientadas à proteção do fornecedor profissional.

A autora (2013, p. 39) também ressalta que, no âmbito do turismo internacional, essa assimetria se intensifica em razão das diferenças entre os sistemas jurídicos do país de origem e do país de destino. Essas disparidades normativas, associadas às limitações informacionais, dificultam o acesso do viajante a informações claras, confiáveis e comparáveis, comprometendo sua capacidade de avaliar, de forma segura e consciente, a qualidade e a idoneidade dos produtos e serviços ofertados.

De acordo com Silva (2016, p. 177), outro ponto que torna mais complexa a proteção do consumidor turista reside na massificação contratual no consumo internacional, evidenciada em práticas como a comercialização de pacotes turísticos, cruzeiros e regimes de *time-sharing*. O autor destaca que a elaboração unilateral de contratos padronizados por empresas estrangeiras favorece a inserção de cláusulas abusivas, cuja identificação se torna dificultada em razão das barreiras linguísticas entre as partes contratantes.

Essa problemática é agravada pelo fato de que, conforme apontam Ramos e Ferreira (2016, p. 476-478), a construção de um direito comum voltado ao consumidor internacional ainda carece de uniformidade conceitual. Para suprir tal lacuna, os autores defendem que a estruturação dessa tutela deve, obrigatoriamente, fundamentar-se no reconhecimento da vulnerabilidade do polo mais fraco como uma premissa basilar e inegociável.

À luz dessas considerações, depreende-se que a proteção do consumidor turista deve afirmar-se como prioridade nas relações de consumo transnacionais. Esse imperativo demanda não apenas a vigência de normas adequadas no plano internacional, mas, sobretudo, a efetividade de mecanismos informacionais e institucionais capazes de assegurar sua aplicação no âmbito interno.

Trata-se, em última análise, de um compromisso que ultrapassa a dimensão formal da regulação e exige a atuação coordenada entre Estados, organismos internacionais e agentes de

mercado, de modo a garantir, de forma concreta, a tutela do consumidor em um cenário marcado pela intensificação das transações globais.

## **A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA À LUZ DAS DIRETRIZES DE ORGANISMOS INTERNACIONAIS**

No cenário internacional, a tutela do consumidor turista estruturou-se progressivamente por meio de instrumentos normativos que buscam mitigar as complexidades inerentes às relações de consumo transnacionais. Nesse contexto, sobressaem-se dois marcos fundamentais: as Diretrizes da Organização das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor de espectro abrangente, e o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT), elaborado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), recente e específico para o setor turístico.

Quanto ao primeiro instrumento, as Diretrizes das Nações Unidas (instituídas em 1985 e atualizadas pela Assembleia Geral em 2015), embora não tratem de forma exauriente da atividade turística, oferecem proteção reflexa ao turista ao salvaguardar direitos fundamentais, como o acesso a serviços essenciais, a preservação da saúde e segurança, a proteção da privacidade e a regulação do comércio eletrônico (Ramos, 2023, p. 63-64).

Não obstante seu espectro de aplicação geral, a revisão das Diretrizes em 2015 representou um marco na tutela do consumidor turista ao incorporar temas que constituem os pilares do turismo moderno. A atualização passou a contemplar, de maneira mais robusta, o comércio eletrônico, elemento indispensável para a contratação transnacional de passagens e hospedagens em plataformas digitais.

Conforme destaca Marques (2016, p. 397-398), a revisão das Diretrizes da ONU em 2015 buscou, primordialmente, elevar a confiança do consumidor em um mercado digital globalizado. Para tanto, fomentou medidas de transparência e o acesso a informações detalhadas, como a identificação clara do fornecedor nos produtos e serviços prestados no ambiente online, além de incentivar que as legislações nacionais se adequem às rápidas transformações tecnológicas.

A autora (2016, p. 399) também elogia a criação de uma instituição específica para monitorar a evolução do consumo no mundo, o Grupo Intergovernamental de Especialistas em Direito e Política do Consumidor (Intergovernmental Group of Experts on Consumer Protection Law and Policy), que acompanha a implementação das próprias diretrizes, contribuindo para a proteção de consumidores em contextos de vulnerabilidade como o do turista.

Complementando esse sistema protetivo, o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT), aprovado pela Assembleia Geral da Organização Mundial do Turismo (OMT) em 2021, também representa um significativo avanço normativo no âmbito internacional na tutela do consumidor viajante.

O referido instrumento abrange desde a assistência imediata em situações de crise e repatriação até a implementação de mecanismos para a resolução alternativa de conflitos. Adicionalmente, esse diploma reforça a transparência contratual e estabelece parâmetros objetivos para reembolsos e compensações em casos de interrupção de serviços, mitigando, assim, os riscos financeiros inerentes à condição de transitoriedade do viajante (UN Tourism, 2021).

Em outubro de 2023, o Brasil formalizou sua adesão ao Código Internacional para a Proteção de Turistas (ICPT) (Brasil, 2023), inserindo-se formalmente no rol das nações comprometidas com a segurança jurídica no setor turístico. Essa iniciativa evidencia o interesse do Estado brasileiro em alinhar seu ordenamento jurídico aos mais elevados padrões globais de assistência e proteção ao viajante, especialmente diante da crescente relevância econômica que esse setor assume na contemporaneidade.

Silva (2022) ressalta a relevância da adesão a diretrizes internacionais, argumentando que, apesar do caráter não vinculante, a *soft law* auxilia na interpretação de normas cogentes e no desenvolvimento progressivo do Direito Internacional. Segundo a autora, as organizações globais exercem um papel protagonista na gênese desses instrumentos, uma vez que tais balizas orientam a futura incorporação e codificação jurídica nos ordenamentos internos dos Estados.

No âmbito do regionalismo latino-americano, o Mercosul<sup>4</sup> exerce função essencial na tutela do consumidor turista, visto que a livre circulação de pessoas pressupõe um ambiente jurídico harmonizado e previsível. O bloco atua na mitigação de assimetrias legislativas entre os Estados-partes, buscando assegurar salvaguardas que protejam tanto os nacionais quanto os estrangeiros em trânsito pelas fronteiras dos países membros.

Embora o bloco já contemplasse diretrizes prévias de defesa do consumidor<sup>5</sup>, a especificidade do tema for abordada de forma mais detalhada pela primeira vez pelo Acordo do

---

<sup>4</sup> O Mercado Comum do Sul (Mercosul) consolidou-se como um processo de integração econômica e jurídica instituído pelo Tratado de Assunção, firmado em 26 de março de 1991 por Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. Esta aliança tem por finalidade precípua o estabelecimento de um mercado comum alicerçado na livre circulação de bens e serviços, na eliminação de barreiras alfandegárias e na coordenação de políticas comerciais conjuntas perante outros blocos econômicos (Mercosul, 2026).

<sup>5</sup> Conforme apontam Bergstein e Martins (2023), a consolidação da tutela do consumidor vulnerável no Mercosul resultou de uma construção gradativa. Esse processo foi marcado pela edição de diversos protocolos e acordos que



Mercosul sobre o Direito Aplicável em Matéria de Contratos de Consumo Internacional, de 2017. Para Marques (2021, p. 14), o acordo representa um marco no Direito Internacional Privado regional ao introduzir a regra da "lei mais favorável" como critério central de conexão, permitindo que as partes escolham a lei aplicável desde que o resultado seja efetivamente mais benéfico ao consumidor.

Estruturalmente, o Acordo diferencia o tratamento para consumidores passivos e ativos. Para os contratos à distância (consumidores passivos), o artigo 4º permite a escolha entre o domicílio do consumidor, local de execução ou sede do fornecedor; já para turistas (consumidores ativos), o artigo 5º limita as opções ao domicílio, celebração ou execução (Marques, 2021, p. 15). Na ausência de uma escolha válida, prevalece a lei do domicílio do consumidor para o comércio eletrônico e a lei do local de celebração do contrato para o consumidor turista.

Sobre os mencionados dispositivos, Marques elucida que (2021, p. 15).:

A regra presume que a lei mais favorável é a lei do domicílio do consumidor e tenta evitar um padrão duplo em conflitos de leis, quando os mesmos fornecedores globais de bens e serviços escolhem uma lei para os seus consumidores domésticos e uma lei menos protetiva para os consumidores estrangeiros. Assim, a regra procura um efeito pedagógico no sentido de que os fornecedores devem escolher a lei mais favorável num contrato de adesão. A escolha só é válida se a lei eleita for a lei mais benéfica em comparação com a lei do domicílio do consumidor.

Deve-se considerar, ademais, que o cenário contemporâneo do turismo está fortemente ancorado no comércio eletrônico, ambiente no qual a maioria das contratações é formalizada via plataformas digitais. A proteção do consumidor no âmbito regional do Mercosul é regida primordialmente pela Resolução do GMC nº 37/2019, que consolida direitos fundamentais pautados na transparência e no equilíbrio das relações de consumo no âmbito online.

A referida resolução consagrou o dever de transparência, impondo aos fornecedores a obrigação de disponibilizar informações claras e acessíveis acerca de sua identidade, das características dos produtos e serviços ofertados, dos preços e das condições contratuais. Enfatizou, ainda, a importância da identificação inequívoca do fornecedor, requisito essencial para viabilizar sua responsabilização e assegurar o exercício de direitos por consumidores lesados em operações transfronteiriças (Bergstein; Martins, 2023).

Em contraste com os demais Estados-Partes do bloco, o Brasil não procedeu à internalização dos princípios previstos na Resolução GMC nº 37/2019. Conforme assinalam Marques e Martins (2024, p. 24), a ausência de incorporação desse instrumento ao ordenamento

---

estabeleceram os princípios fundamentais da área, com destaque para a Resolução nº 126/1994, que deu início à regulamentação comum do bloco, e a Diretriz nº 1/1995, responsável pela criação do Comitê Técnico nº 7, focado na defesa consumerista.

jurídico nacional compromete o processo de harmonização normativa no âmbito do Mercosul e fragiliza a proteção do consumidor brasileiro nas relações de consumo internacionais.

Depreende-se, portanto, que a efetiva adesão à referida resolução é um passo fundamental, atuando como um vetor para o fomento de projetos legislativos e ações estatais mais incisivas. Esse alinhamento normativo revela-se indissociável da promoção da defesa do consumidor hipervulnerável, uma vez que a sua fragilidade, potencializada pela transitoriedade e pelas barreiras linguísticas e culturais, demanda salvaguardas que somente uma cooperação regional integrada e harmônica pode assegurar.

Ainda no âmbito regional, destaca-se como marco protetivo do consumidor turista o Estatuto da Cidadania do Mercosul (ECM), instituído em 2021 em celebração às três décadas do Tratado de Assunção. Segundo Vieira (2023, p. 314), o Estatuto cumpre as diretrizes da Decisão nº 64/2010 do Grupo do Mercado Comum (GMC), ao unificar direitos e garantias destinados aos cidadãos dos Estados-partes em um único corpo jurídico, pautado pelo princípio da igualdade de tratamento.

O Estatuto da Cidadania do Mercosul (ECM) é sustentado por um sólido acervo normativo que, desde a década de 1990, visa à harmonização das legislações nacionais no bloco. Entre os marcos fundamentais, a Resolução GMC nº 124/96 foi pioneira ao estabelecer um rol de direitos básicos, como a proteção contra publicidade enganosa e a garantia de reparação de danos, ao passo que a Resolução GMC nº 125/96 instituiu o dever de segurança e o controle de riscos, determinando que produtos e serviços disponibilizados no mercado transnacional não ofereçam perigo à saúde dos consumidores (Mercosul, 2021, p. 38).

Complementando esse arcabouço, a Resolução GMC nº 42/98 padronizou as regras relativas à garantia contratual, estabelecendo que o certificado de garantia deve ser obrigatoriamente entregue por escrito no ato da aquisição. O referido documento deve conter a identificação do fornecedor, a especificação do produto, o prazo e o local de validade, além das condições de reparação. Adicionalmente, a norma exige que a redação seja clara, legível e redigida no idioma oficial do Estado-parte, impondo ao fornecedor o dever de informar detalhadamente sobre a existência e os limites da assistência técnica disponível no país de destino (Mercosul, 2021, p. 38).

O Estatuto da Cidadania do Mercosul ECM também incorporou duas resoluções importantes sobre o comércio eletrônico. A primeira delas, a Resolução GMC nº 21/04, constitui o marco para o direito à informação em transações via internet, ao impor aos fornecedores o dever de disponibilizar, de forma clara e visível, os dados de identificação da empresa, as características essenciais do serviço e as políticas de cancelamento, troca e

reembolso. O dispositivo estabelece, ainda, diretrizes para a proteção da privacidade e dos dados pessoais, visando conferir maior segurança jurídica ao consumidor nas operações digitais realizadas no âmbito do bloco (Mercosul, 2021, p. 38).

A segunda norma mencionada é a Resolução GMC nº 37/19, que ratifica o dever de prestar informações precisas acerca da identificação do fornecedor, bem como sobre os procedimentos de cancelamento e reembolso (Mercosul, 2021, p. 39). Essas obrigações, aplicáveis a qualquer fornecedor radicado no Mercosul, reforçam as garantias de transparência já previstas nos dispositivos anteriores, consolidando um padrão de conduta rigoroso para o mercado digital do bloco.

Sobre o EAC, Viera (2023, p. 314) discorre que:

Esperamos que este instrumento possa ter o alcance que se pretendeu em 2010 quando se deram os primeiros passos rumo à sua construção, e que a região consiga reconhecer a proteção do consumidor como ferramenta essencial para a construção do conceito de cidadão mercosulino. No entanto, a responsabilidade pelo êxito dos objetivos do Estatuto não deve ser atribuída somente aos Estados e aos fornecedores que atuam na região integrada, mas sim a todos nós, nacionais e residentes dos Estados Partes, que temos a obrigação de conhecer nossos direitos, para assim podermos cobrar o seu cumprimento.

Embora o Estatuto da Cidadania do Mercosul (ECM) estabeleça diretrizes robustas para a proteção do consumidor, a internalização dessas normas nos ordenamentos domésticos revela-se um processo complexo e moroso. Conforme mencionado anteriormente, a não incorporação das diretrizes da Resolução GMC nº 37/2019 relativas ao comércio eletrônico exemplifica esse cenário, evidenciando que normativas fundamentais para a proteção do consumidor transfronteiriço ainda carecem de integração plena ao ordenamento jurídico brasileiro.

A resistência dos Estados-Partes em absorver integralmente essas diretrizes vincula-se, primordialmente, à complexidade e à morosidade dos processos legislativos e administrativos necessários para garantir a vigência simultânea no bloco. Conforme leciona Marques (2021, p. 18), a soberania estatal e a disparidade entre os sistemas jurídicos locais dificultam a consolidação de uma norma geral efetiva. Nesse panorama, a implementação de medidas protetivas ao consumidor, embora já delineadas por organismos internacionais, acaba estagnada diante dos novos e dinâmicos desafios do mercado global.

É digno de nota o esforço do legislador ao formular o Projeto de Lei nº 3.514/2015, que apresenta uma solução inovadora e necessária ao convergir com os interesses do consumidor transnacional. O texto propõe regras de competência que facultam ao residente no Brasil litigar em seu próprio domicílio, além de prever a aplicação da norma mais favorável em

serviços de hospitalidade e transporte aéreo, avanços que, sob a perspectiva de Vieira e Squeff (2024, p. 269-270), conferem maior equilíbrio às relações de consumo internacionais.

Todavia, o referido avanço é severamente mitigado pela morosidade do Congresso Nacional. O fato de o projeto tramitar desde 2015 revela um descompasso preocupante com a dinâmica do mercado, especialmente no ambiente digital, no qual as relações mudam constantemente. Em decorrência disso, subsiste o risco de que, quando o projeto de lei for finalmente aprovado e inserido no ordenamento jurídico brasileiro, seu conteúdo já esteja obsoleto e incapaz de responder aos desafios contemporâneos.

Sobre o assunto, Vieira (2016, p. 443) observa que:

[...] o Direito Internacional Privado do Consumidor, no Brasil, ainda é uma questão pendente de regulamentação, pese a que, recentemente, com a aprovação do novo Código de Processo Civil, alguns avanços tenham sido introduzidos. Desta forma, na atualidade, não temos normas vigentes, destinadas a oferecer proteção internacional ao consumidor, situação que agrava a vulnerabilidade deste último, quando atua com projeção transfronteiriça, e se converte em fonte de desconfiança, falta de segurança jurídica e baixa credibilidade no comércio internacional.

A convergência entre as normas globais e regionais sobre a proteção do consumidor transfronteiriço sinaliza a consolidação de uma rede de proteção consistente, voltada a conferir previsibilidade e confiança ao setor turístico. O grande desafio, contudo, reside na superação dos entraves à integração efetiva das normas pelos Estados-partes, diante da complexidade dos processos legislativos internos e das disparidades entre os sistemas jurídicos nacionais.

Embora as diretrizes de organismos internacionais possuam, em regra, caráter geral e natureza de *soft law*, a adesão do Estado brasileiro a esses instrumentos é fundamental para impulsionar mudanças significativas na proteção do consumidor hipervulnerável. Esa convergência normativa atua como um vetor de incentivo à modernização legislativa e administrativa, sendo o caminho necessário para assegurar a tutela efetiva do turista perante as complexas dinâmicas do mercado global.

## CONCLUSÃO

A globalização e a transnacionalização dos mercados consolidaram o turismo internacional como um pilar da economia contemporânea, mas também ampliaram a exposição dos viajantes a práticas comerciais abusivas. Nessa perspectiva, o consumidor turista emerge como um sujeito dotado de hipervulnerabilidade, condição agravada por obstáculos que superam a vulnerabilidade do consumidor comum, o qual adquire produtos e serviços dentro de seu território de origem.

Entre os desafios enfrentados pelo consumidor transnacional, destacam-se as barreiras linguísticas, o desconhecimento dos ordenamentos jurídicos estrangeiros e a transitoriedade de sua estadia, fatores que limitam drasticamente a capacidade de buscar soluções efetivas para eventuais conflitos de consumo.

Com o objetivo de mitigar as assimetrias mencionadas, organismos internacionais desenvolveram marcos normativos de proteção ao consumidor. Destacam-se as Diretrizes da Organização das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor e o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT) elaborado pela Organização Mundial do Turismo (OMT).

Enquanto a primeira normativa estabelece um arcabouço de caráter geral, focado na transparência e no fortalecimento da confiança no mercado consumo global, o Código Internacional para a Proteção dos Turistas (ICPT) oferece princípios específicos voltados à segurança jurídica e salvaguardas operacionais para o viajante em situações de crise e emergência.

No plano regional, o Mercosul tem avançado com instrumentos como o Estatuto da Cidadania, alicerçado em resoluções do Grupo Mercado Comum (GMC) que visam salvaguardar o consumidor diante da crescente complexidade dos mercados globais. Nessa mesma vertente, o Acordo sobre o Direito Aplicável em Matéria de Contratos de Consumo Internacional busca uniformizar as legislações dos Estados-Partes, conferindo maior segurança jurídica e previsibilidade às relações transfronteiriças no bloco.

À luz das reflexões expostas, conclui-se que a superação da hipervulnerabilidade do turista demanda a efetiva transposição, pelo Estado brasileiro, dos marcos protetivos emanados de organismos internacionais. Além disso, revela-se imperativa a evolução de mecanismos puramente recomendatórios para instrumentos de aplicação concreta e cogente, assegurando a real eficácia dos direitos do consumidor no cenário transnacional.

Além disso, mostra-se indispensável o fortalecimento da cooperação institucional entre os Estados e a criação de métodos de resolução de litígios que sejam ágeis e acessíveis digitalmente. Tais medidas são fundamentais para garantir que a tutela jurídica acompanhe o sujeito vulnerável, independentemente das fronteiras físicas do mercado e das complexidades inerentes às relações transnacionais de consumo.

## REFERENCIAS

- BAROCELLI, Sérgio Sebastian. Rumo à construção da categoria de consumidores hipervulneráveis. In: MARQUES, Claudia Lima; PEARSON, Gail; RAMOS, Fabiana (org.). **Proteção do consumidor: desafios atuais e perspectivas**. Porto Alegre: Orquestra, 2017. p. 53-55.
- BERGSTEIN, Laís Gomes; MARTINS, Marceli Tomé. Mercosul e a proteção ao consumidor no comércio eletrônico. In: EHRHARDT JR., Marcos (coord.). **Vulnerabilidade e novas tecnologias**. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2023. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/mercosul-e-a-protecao-ao-consumidor-no-comercio-eletronico-lais-gomes-bergstein-e-marceli-tome-martins-vulnerabilidade-e-novas-tecnologias/5448864281>. Acesso em: 22 maio 2024.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasil adere ao Código Internacional para a Proteção de Turistas**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 20 out. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-adere-ao-codigo-internacional-para-a-protecao-de-turistas>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- GRINOVER, Ada P.; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia L. *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022. *E-book*.
- MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- MARQUES, Claudia Lima. 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**, São Paulo, v. 90, p. 39, nov./dez. 2013.
- MARQUES, Claudia Lima. A proteção do consumidor como política global e regional: o caso do Mercosul. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia**, Uberlândia, MG, v. 49, n. 2, p. 4-26, jul./dez. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14393/RFADIR-v49n2a2021-65179>. Acesso em: 26 abr. 2026.
- MARQUES, Claudia Lima. 25 anos de Código de Defesa do Consumidor e as sugestões traçadas pela revisão de 2015 das diretrizes da ONU de proteção dos consumidores para a atualização. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (org.). **25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetória e perspectivas**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 395-398.
- MARQUES, Claudia Lima; MARTINS, Fernando Rodrigues. A ‘verticalidade’ digital e direito de equiparação: pelo fim da estagnação legislativa na proteção dos consumidores digitais. In: BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; MARTINS, Fernando Rodrigues (coord.). **Comércio eletrônico e proteção digital do consumidor: o PL 3.514/2015 e os desafios na atualização do CDC**. Indaiatuba: Editora Foco, 2024. p. 1-36.

MARTINS, Fernando Rodrigues *et al.* Vulnerabilidade estrutural e fissuras nas políticas de promoção aos consumidores. In: MARQUES, Claudia Lima *et al.* (coord.). **Direito do Consumidor aplicado**. Indaiatuba, SP: Foco, 2023. p. 96-99.

MARTINS, Plínio Lacerda; PAUSEIRO, Sergio Gustavo; RAMADA, Paula. A interpretação teleológica do direito consumerista e os limites do mercado. In: MARQUES, Claudia Lima *et al.* (coord.). **Direito do Consumidor aplicado**. Indaiatuba, SP: Foco, 2023. p. 13-17.

MERCOSUL. **Estatuto da Cidadania do MERCOSUL**. [S. l.]: Mercosul, [20--]. Disponível em: <https://www.mercosur.int/documentos-y-normativa/normativa/>. Acesso em: 28 abr. 2026.

MERCOSUL. **O que é o MERCOSUL**. Montevideu, [2026]. Disponível em: <https://www.mercosur.int/pt-br/sobre-o-mercopol/o-que-e-o-mercopol>. Acesso em: 26 abr. 2026.

MERCOSUL. Tratado de Assunção (1991). **Tratado de Assunção para a Constituição de um Mercado Comum entre a República Argentina, a República Federativa do Brasil, a República do Paraguai e a República Oriental do Uruguai**. Assunção, 1991. Disponível em: <https://www.mercosur.int>. Acesso em: 26 abr. 2026.

MUNIZ, Tânia Lobo. Reflexões sobre as relações internacionais globalizadas e as relações de consumo. In: KEMPFER, Marlene; ARAUJO JUNIOR, Miguel Etinger de (org.). **Estudos em direito negocial & relações de consumo**. Birigüi: Boreal Editora, 2013. p. 162-167.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (UN Tourism). **World Tourism Barometer Data**. Madrid, 2026. Disponível em: <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>. Acesso em: 25 abr. 2026.

RAMOS, André de Carvalho. O Dia Internacional do Consumidor: diálogo entre o internacional e o nacional. In: MARQUES, Claudia Lima *et al.* (coord.). **Direito do Consumidor aplicado**. Indaiatuba, SP: Foco, 2023. p. 63-66.

RAMOS, Fabiana D'Andrea; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Por um direito comum ao consumidor: a órbita global de consumo e a proteção internacional. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (coord.). **25 anos do Código de Defesa do Consumidor**: trajetória e perspectivas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 466-480.

SILVA, Anamara. As fontes internacionais na matéria: a hard law e a soft law internacional. In: SILVA, Anamara. **Jurisdição internacional e internet**. Belo Horizonte: Del Rey, 2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/jurisducao-internacional-e-internet/5331723067>. Acesso em: 15 mai. 2026.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. A proteção do consumidor turista estrangeiro no Mercosul: a efetividade do acordo interinstitucional para a prevenção e a solução de litígios. **Revista do CEPEJ**, Salvador, v. 19, ed. especial, p. 163-191, jan./jun. 2016. Disponível em: <http://media.unwto.org/en/press-release>. Acesso em: 10 abr. 2026.

SOARES, Ardyllis Alves. Direito, turismo e desenvolvimento: a proteção internacional do consumidor turista nos demais países do BRICS. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES,

Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (coord.). **25 anos do Código de Defesa do Consumidor**: trajetória e perspectivas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 483-512.

TEIXEIRA, Tarcísio. **LGPD e E-commerce**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaina do Nascimento. A hipervulnerabilidade do turista e a responsabilidade das plataformas digitais: uma análise a partir da perspectiva da economia colaborativa. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 127, p. 1-17, jan./fev. 2020.

VIEIRA, Luciane Klein. O Estatuto de Cidadania do Mercosul e o Direito do Consumidor. In: MARQUES, Claudia Lima *et al.* (coord.). **Direito do Consumidor aplicado**. Indaiatuba, SP: Foco, 2023. p. 311-314.

VIEIRA, Luciane Klein. Os 25 anos de vigência do CDC e as relações internacionais de consumo: desafios e perspectivas. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (coord.). **25 anos do Código de Defesa do Consumidor**: trajetória e perspectivas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 440-463.

VIEIRA, Luciane Klein; SQUEFF, Tatiana Cardoso. A necessária inserção de um critério material de proteção ao consumidor transfronteiriço no Direito Internacional Privado brasileiro: as contribuições do PL 3.514/2015. In: ATZ, Ana Paula *et al.* (coord.). **Comércio eletrônico e proteção digital do consumidor**: o PL 3.514/2015 e os desafios na atualização do CDC. Indaiatuba, SP: Foco, 2024. p. 255-272.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). **Research Hub**. London, 2026. Disponível em: <https://researchhub.wttc.org/>. Acesso em: 25 abr. 2026.