



Caderno Virtual de Turismo
ISSN: 1677-6976
periodicocvt@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Brasil

Dimensões da legislação consumerista aplicada à economia compartilhada no turismo: perspectivas sobre o cenário normativo no Brasil

Juliano, Tiago

Dimensões da legislação consumerista aplicada à economia compartilhada no turismo: perspectivas sobre o cenário normativo no Brasil

Caderno Virtual de Turismo, vol. 23, núm. 1, 2023

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115474813002>

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.23n1.2023.2027>

Dimensões da legislação consumerista aplicada à economia compartilhada no turismo: perspectivas sobre o cenário normativo no Brasil

Dimensions of consumer legislation applied to sharing economy in tourism: perspectives on the regulatory scenario in Brazil

Dimensiones de la legislación de consumo aplicada a la economía compartida en el turismo: perspectivas sobre el escenario regulatorio en Brasil

Tiago Juliano
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
(UNIRIO), Brasil
t.juliano@yahoo.com.br

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.23n1.2023.2027>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115474813002>

Recepción: 26 Agosto 2022
Aprobación: 06 Marzo 2023

RESUMO:

As transformações nas relações de fornecimento e consumo de serviços turísticos provocadas pela emergência de modelos de negócios da economia compartilhada geraram a necessidade de atualizar ou criar novas normas jurídicas que atendam às particularidades do consumo colaborativo. Com base na revisão de referências de estudos sobre economia compartilhada, a pesquisa tem natureza descritiva, levantando ocorrências de empresas turísticas nos órgãos de defesa do consumidor no Brasil. Por meio de análise documental, discute-se a introdução de uma maior preocupação das normas consumeristas com a economia compartilhada. Por sua vez, a análise do conteúdo de documentos de comissões de defesa do consumidor e de normas de turismo – em especial, do Projeto de Lei n. 2.994/2020 – permitiu indicar quais dimensões da economia compartilhada são priorizadas na produção legislativa recente. Objetiva-se identificar os principais avanços e lacunas na legislação consumerista aplicada às plataformas de consumo compartilhado no turismo. O estudo demonstra que a economia compartilhada tem sido regulamentada apenas parcialmente, predominando uma postura reativa que prejudica a inovação nesse setor.

PALAVRAS-CHAVE: Economia compartilhada, Turismo, Legislação consumerista, Brasil.

ABSTRACT:

The changes in relations of supply and consumption in tourist services caused by the emergence of sharing economy business models has generated the need to update or create new legal norms that meet the particularities of collaborative consumption. Based on the review of references from studies on sharing economy, this research is of descriptive nature, mining occurrences of tourism companies in consumer protection agencies in Brazil. Through documentary analysis, a discussion about a greater concern from consumer legislation over sharing economy will be held. In turn, a content analysis of documents by consumer protection commissions and tourism regulation – in particular, Bill n. 2.994/2020 – has made it possible to tell which dimensions of sharing economy have been prioritized in recent legislation. It aims to identify the main advances and gaps in consumerist legislation applied to sharing consumption platforms in tourism. The study demonstrates that sharing economy in Brazilian tourism has been only partially regulated and its recent reactive nature has undermined innovation in this sector.

KEYWORDS: Sharing economy, Tourism, Consumer legislation, Brazil.

RESUMEN:

Las transformaciones en la oferta y en el consumo de servicios turísticos provocadas por el surgimiento de modelos de negocios de economía compartida generaron la necesidad de actualizar o crear normas jurídicas que atiendan particularidades del consumo colaborativo. Con base en la revisión de estudios sobre economía compartida, la investigación tiene un carácter descriptivo, examinando las ocurrencias de empresas turísticas en agencias de protección al consumidor en Brasil. A través del análisis documental, se discute la introducción de una mayor preocupación de normas de consumo con la economía compartida. A su vez, el análisis del contenido de documentos de comisiones de protección al consumidor y de normas de turismo – en particular, el Proyecto de Ley n. 2.994/2020 – permitió indicar que dimensiones de la economía compartida son priorizadas en la producción legislativa reciente. El objetivo es identificar los principales avances y vacíos en la legislación del consumidor aplicada a las plataformas de turismo. El estudio demuestra que la economía compartida en el turismo brasileño ha sido solo parcialmente regulada, prevaleciendo una postura reactiva que socava la innovación.

PALABRAS CLAVE: Economía compartida, Turismo, Legislación del consumidor, Brasil.

1. INTRODUÇÃO

Práticas de compartilhamento são inerentes à história da sociedade, mas a chamada economia compartilhada se particulariza por intensas trocas mediadas por tecnologias que diminuem as barreiras entre consumidores e fornecedores em diversos setores da economia, a exemplo do turismo. Nas últimas décadas, difundiram-se formas de consumo em que o alcance de bens e serviços é habilitado através do compartilhamento e da colaboração. Esse estudo coloca em revista a legislação consumerista aplicada à economia compartilhada, objetivando responder quais são os avanços e lacunas normativos que persistem no âmbito das plataformas de serviços turísticos no Brasil. Para tanto, caracteriza-se o cenário de ocorrências de consumo no turismo brasileiro, sintetizam-se as principais mudanças no direito do consumidor influenciadas pela economia compartilhada e analisam-se os aspectos do consumo colaborativo no turismo contemplados por comissões de defesa do consumidor e normas de turismo, com ênfase no marco do turismo colaborativo no Brasil – o Projeto de Lei n. 2.994/2020. Como as dimensões regulatórias têm sido apresentadas enquanto um importante componente para concretizar os benefícios dos novos modelos de negócio baseados no compartilhamento, a presente discussão pode contribuir para identificar pontos estratégicos que subsidiem a produção legislativa dedicada ao compartilhamento de serviços turísticos.

2 OS NOVOS DESAFIOS DA ECONOMIA COMPARTILHADA NO TURISMO

O fenômeno do consumo colaborativo estimulou a emergência de novos modelos de negócio e se tornou uma tendência global. Schor (2016) lembra que a economia compartilhada surgiu nos Estados Unidos na década de 1990, onde a troca de produtos e serviços entre desconhecidos reduziu os custos de transação on-line. Em uma escala mais ampla, Aquino et al. (2020) apontam que a massificação da Internet amplificou as possibilidades de atuação em rede, ao mesmo tempo em que o surgimento de plataformas peer-to-peer (pessoa a pessoa) e nichos de consumo colaborativo permitiram a organização da economia do compartilhamento.

Botsman e Rogers (2010) definem economia compartilhada como um modelo econômico e tecnológico que privilegia o acesso e não a posse de bens. Os princípios mais importantes desse modelo são a capacidade ociosa dos recursos, a crença no bem comum e a confiança entre desconhecidos. Nessa perspectiva, o consumo colaborativo poderia incluir diferentes tipos de transação, como compartilhamento, empréstimo, aluguel, doações e trocas. Porém, Belk (2014) sugere que há diferenças entre compartilhamento e consumo colaborativo, marcadas pela possibilidade de distribuir bens sem necessariamente monetizar seu acesso (compartilhamento) ou aplicando modalidades de taxas (consumo colaborativo).

O turismo é um dos setores mais afetados pelas transformações promovidas pela economia compartilhada, que permite negociar e distribuir o acesso a uma ampla gama de serviços por meio de plataformas que possibilitam maior conexão e autonomia dos usuários. Com efeito, residentes e turistas podem compartilhar hospedagens, transportes, entretenimento, alimentação e outros serviços (Ferreira, 2017). A economia compartilhada também está vinculada a uma participação mais intensa dos usuários na Internet, cujo papel de consumidor tem sido ampliado para novas funções, como a produção e difusão de informações (Barbosa & Medaglia, 2019). Os modelos de negócio derivados dessa economia geram formas híbridas de consumo, tornando menos evidentes as fronteiras entre on-line e off-line; entre turistas e anfitriões e entre empresas convencionais e novos fornecedores (Kunz & Seshadri, 2015).

As novas formas de consumo foram viabilizadas por avanços nas tecnologias de informação e comunicação (TIC), que permitiram um acesso mais rápido, fácil, independente, interativo e menos oneroso a diversos serviços, incluindo os turísticos. Bucciarelli (2019) define ‘plataformas colaborativas’ como modelos de

negócio peer-to-peer que empregam tecnologias digitais para conectar pessoas e organizações interessadas em gerar, compartilhar e trocar valores de diferentes tipos. A World Tourism Organization (2017), ou Organização Mundial do Turismo, definiu ‘novas plataformas de serviços turísticos’ como modelos de negócios nos quais produtos e serviços são ofertados ao visitante via plataformas digitais e que fazem parte de um contexto mais amplo de inovações no turismo, incluindo tecnologias móveis e serviços de economia compartilhada.

O uso integrado de computação em nuvem, redes sociais, Big Data e mobiles criou novas oportunidades de comércio eletrônico e mudanças nos hábitos de consumo dos turistas, concorrendo para consolidação da era do compartilhamento (Oliveira et al., 2020). Barbosa e Medaglia (2019) indicam que as inovações tecnológicas apresentam novas concepções na avaliação das experiências turísticas, contribuindo para maior segurança e confiança entre usuários, que são premissas da economia compartilhada. Para Buhalis (2004), as novas tecnologias são um instrumento que pode gerar vantagens competitivas na promoção turística e tornar as operações no turismo mais eficientes.

Em todo o mundo, as plataformas de consumo colaborativo atendem diversas necessidades de viajantes por hospedagem, como AirBnB, Couchsurfing, House Sitting, Homeaway; por transportes, como a Uber, Cabify, Lyft, BlaBlaCar, Social Boats, Tembici; por serviços de alimentação, como a Eat with, Dinner, Feastly, Vuz Eat e Meal Sharing; por operação de receptivos e intercâmbios, como a World Packers, Rent a Local Friend, Vayable, Be my Guest, Tours by locals; e por informações e avaliações, como TripAdvisor e Yelp. No contexto brasileiro, levantamentos sobre plataformas de consumo colaborativo são recentes. Cezar et al. (2018) identificaram 111 plataformas digitais que atuam em diversos setores. No turismo, as plataformas de compartilhamento tendem a se posicionar para nichos específicos, como serviços para mulheres viajantes, roteiros de afroturismo e turistas LGBTQIA+; enquanto segmentos como ecoturismo em áreas naturais ainda carecem de plataformas de compartilhamento (Berti & Conceição, 2021; Neves et al., 2018; Neves et al., 2020).

Estudos sobre a economia compartilhada no turismo têm enfatizado as especificidades nas propostas de valor das plataformas, evidenciando a ambivalência das motivações de seus usuários, que contemplam tanto a busca por serviços com menor custo como a expectativa de maior contato com residentes locais (Barbosa & Barbosa, 2021; Molz, 2013; Oliveira et al., 2020; Vera & Gosling, 2017). Outra dimensão escrutinada sobre essa temática são os impactos que a economia compartilhada gera no turismo. Por um lado, a emergência de plataformas de consumo colaborativo contribuiu para a formação de bolhas imobiliárias, acarretando problemas de superlotação e manifestações contrárias à presença de turistas. Para Beni (2020), essas plataformas comprometeram empresas turísticas de diferentes portes e empregos no setor, configurando-se uma concorrência desleal, predatória e desregulada. André (2018) comenta que lacunas regulatórias em serviços compartilhados resultam em menor controle e fiscalização das condições de preço e qualidade desses serviços, posto que são os próprios usuários que avaliam as experiências. Outro desafio para a consolidação do consumo colaborativo é a falta de habilidades e conhecimentos digitais dos anfitriões. Enquanto a economia compartilhada poderia responder à carência de serviços turísticos, o processo de inclusão tecnológica ainda é um desafio (Oliveira et al., 2020). Lacunas trabalhistas e jurídicas sobre contrato e responsabilidade civil também geram questionamentos sobre os provedores de serviços no turismo (Vera & Gosling, 2017).

3 LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA E TURISMO NO CONTEXTO DO COMPARTILHAMENTO

O turismo é um fenômeno social que enseja uma ampla diversidade de fatos jurídicos relacionados à regulamentação de atividades, ao exercício profissional, às responsabilidades do Estado, ao consumo de serviços etc. A legislação consumerista pertence aos chamados Direitos de Terceira Geração, contemplando interesses difusos e coletivos que não se limitam exclusivamente à esfera privada ou do Estado. O Direito do

Consumidor tem como premissa a correlação entre as intervenções legais e o aperfeiçoamento da qualidade de bens e serviços.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 definiu como dever do Estado promover a defesa do consumidor na forma da lei (art. 5), constituindo-se um dos princípios da ordem econômica (art. 170). Porém, o principal mecanismo jurídico de regulação das relações de consumo é o Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelecido pela Lei n. 8.078/1990. Outros instrumentos jurídicos versam sobre direitos consumeristas, com destaque para o Código Civil (Lei n. 10.046/2002). Existem, ainda, legislações específicas, como a Lei Geral do Turismo (Lei n. 11.771/2008), que define deveres dos prestadores de serviços turísticos frente ao consumidor/turista (art. 34).

Para a legislação consumerista, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que usa um produto ou serviço como destinatário final, bem como o contratante e a coletividade de pessoas que é afetada por relações de consumo. O fornecedor é a pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que desenvolve atividades de produção, incluindo a prestação de serviços. Relações de consumo são definidas por atividades habituais e contínuas. Produtos e serviços são o elo entre fornecedores e consumidores e estabelecem uma relação jurídica entre esses sujeitos de direito.

Em quaisquer relações de consumo, o consumidor possui direitos básicos, como a proteção à vida, saúde e segurança; educação sobre o consumo adequado; informação clara; proteção contra publicidade enganosa e contratos abusivos; prevenção e reparação de danos; acesso aos órgãos de defesa dos direitos do consumidor; e facilitação da defesa. Mamede (2002) lembra que os direitos básicos do consumidor são estendidos ao turista e que as relações contratuais no turismo possuem particularidades. A legislação consumerista preconiza a condição de desvantagem do consumidor em relação ao fornecedor (art. 6), que possui menos informações sobre o serviço ou produto adquirido. A chamada ‘hipossuficiência’ é um aspecto importante para os serviços turísticos, que não podem ser experimentados antes do consumo. Assim, prevê-se que toda estipulação contratual que apresente a vantagem excessiva ao fornecedor é passível de modificação.

Outro direito fundamental do consumidor é a ‘inversão do ônus da prova’, desobrigando-o a comprovar juridicamente o dano sofrido. Em um contrato de viagem, o turista é dispensado de demonstrar a culpa da empresa, bastando apresentar o defeito para devida reparação. Nesse sentido, pode-se entender a responsabilidade civil como o dever de responder pela violação de normas, que causam danos patrimoniais (materiais) ou morais (interesses não materiais). A responsabilidade civil pode ser categorizada em responsabilidade subjetiva (quando permite avaliar se houve negligência, imprudência ou imperícia do fornecedor) e responsabilidade objetiva (atribuída ao fornecedor, independentemente de intenção ou culpa). No turismo, Mamede (2002) destaca situações que caracterizam a chamada ‘responsabilidade solidária’, indicando a responsabilização de intermediários na prestação de serviços, mesmo que estes não sejam os fornecedores diretos dos mesmos.

Outros aspectos importantes da legislação consumerista são o ‘prazo de decadência’, limite temporal que o consumidor pode reclamar por vícios aparentes (30 dias para serviços); e o ‘prazo de reflexão’, período para exercer seu ‘direito de arrependimento’, dispensando multas ou descontos e garantindo a devolução integral do valor (7 dias para compras fora do estabelecimento físico). Na interpretação normativa, ‘falsidade’ pressupõe induzir o consumidor ao erro quanto à natureza, quantidade, qualidade, propriedade, disponibilidade, origem ou preço de um produto ou serviço. O uso equivocado de simbologias para classificar hospedagens ilustra práticas abusivas no turismo (Mamede, 2002).

No Brasil, embora o turismo já estivesse contemplado com o estatuto constitucional pelo art. 180 da Carta Magna de 1988, um marco regulatório para o setor foi aprovado apenas duas décadas depois, com a Lei n. 11.771/2008. A importância da Lei Geral consistiu em estabelecer princípios e objetivos da Política Nacional de Turismo, definir atribuições do governo federal no turismo e disciplinar a prestação de serviços turísticos por meio de três principais estratégias: cadastro, classificação e fiscalização. A regulamentação da referida norma pelo decreto n. 7.381/2010 estreitou os laços jurídicos dos órgãos que compõem o

chamado Sistema Nacional de Turismo, como as instâncias do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. O decreto detalhou a natureza dos prestadores de serviços turísticos e especificou a obrigatoriedade dos mesmos em esclarecer condições contratuais, regras de alteração e cancelamento, oferta e preços de serviços, taxas existentes e infraestruturas acessíveis a pessoas com deficiência. Desde então, observa-se uma maior preocupação da legislação turística com qualificação dos serviços turísticos, regulação de investimentos públicos e modernização normativa a partir de medidas que pretendem agilizar negócios no setor, reduzindo impostos, flexibilizando a importação de equipamentos e alterando a classificação de atividades econômicas para eliminar a bitributação.

Se os principais marcos regulatórios do turismo no Brasil podem ser considerados recentes, cabe lembrar que o Código de Defesa do Consumidor (1990) e o Código Civil (2002) foram elaborados em um contexto no qual as relações de consumo eletrônico eram menos intensas e complexas. Assim, surgem demandas por novos dispositivos jurídicos voltados ao consumo eletrônico, a exemplo das plataformas peer-to-peer. Destacam-se o decreto n. 7.962/2013, que define parâmetros para contratos online; a Lei n. 12.965/2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no país; a Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD), que objetiva regulamentar a coleta, classificação, distribuição e extração de dados pessoais, definindo as responsabilidades das organizações. No plano legislativo podem ser citadas a constituição da Comissão Especial do Marco Regulatório da Economia Colaborativa na Câmara dos Deputados, em 2017; e a Lei n. 13.640/2018, que regulamentou o compartilhamento de transporte individual remunerado de passageiros, reconhecendo legalmente os aplicativos de transporte e atribuindo aos Municípios e Distrito Federal as competências para regulamentar e fiscalizar esses serviços.

Os negócios da economia compartilhada evidenciam questões jurídicas amplamente debatidas, como aspectos de contrato, propriedade, responsabilidade e trabalho; bem como dimensões menos evidentes, como a portabilidade da reputação de usuários entre diferentes plataformas, tutela da privacidade e uso de dados pessoais para fins de restrição ao crédito do consumidor. Analisando a principiologia jurídica da economia compartilhada, Souza e Lemos (2016) sublinham que o consumo colaborativo se assenta no princípio da função social dos bens compartilhados, bem como concorre para o aperfeiçoamento da transparência e confiança nas relações contratuais, reforçando o princípio da boa-fé objetiva. Na interpretação de Meller-Hanich (2016), a economia compartilhada desafia os conceitos tradicionais de consumidor e fornecedor concebidos pela legislação consumerista. Um dos principais dilemas se refere ao papel das plataformas como meras intermediárias dos serviços e produtos compartilhados, o que poderia presumir isenção de responsabilidade frente ao consumidor.

Marques (2017) pondera que, mesmo que o acesso a um bem na economia compartilhada difira da prestação habitual de um serviço, as plataformas peer-to-peer desempenham o papel de ‘guardiãs de acesso’ (gatekeeper), configurando-se juridicamente como fornecedoras principais da economia compartilhada. Há entendimento em diferentes legislações pátrias que as plataformas de compartilhamento organizam as transações dessa modalidade da economia e são responsáveis jurídicas pelos serviços compartilhados, já que exercem o convencimento do consumidor por meio das informações disponibilizadas (Back et al., 2019). Essas questões revelam que lacunas jurídicas sobre o controle e fiscalização de situações que configuram vício no serviço. Práticas abusivas, litígios contratuais e atribuição de responsabilidade são algumas das dimensões da legislação consumerista no contexto da economia compartilhada que ainda precisam de melhor direcionamento no consumo do turismo.

4 MÉTODO

O estudo se caracteriza como uma pesquisa descritiva (Dencker, 1998) e objetiva identificar lacunas e avanços legislativos que respondem às relações consumeristas da economia compartilhada no turismo brasileiro. Para tanto, são adotados três procedimentos metodológicos: levantamento, análise documental e análise de

conteúdo. Para contextualizar o cenário de ocorrências de consumo no turismo brasileiro, foram levantados e classificados dados de duas bases referentes aos anos de 2022 e 2021: o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC), que registra litígios nos órgãos de defesa do consumidor em todo o país; e a plataforma pública Consumidor.gov, que intermedia o contato direto entre consumidores e empresas que aderem à plataforma voluntariamente. Por meio de análise documental aplicada às normas consumeristas no Brasil, foi identificada a introdução de instrumentos jurídicos voltados ao consumo colaborativo. Em completo, analisou-se o conteúdo de registros (escritos e audiovisuais) de comissões de defesa do consumidor e de documentos oficiais de turismo, dando ênfase ao Projeto de Lei n. 2.994/2020, considerado um marco regulatório do turismo colaborativo no país.

5 PANORAMA DAS OCORRÊNCIAS DE CONSUMO NO TURISMO BRASILEIRO

O Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC) registrou 1,01 milhão de ocorrências em 2022. No ano, 18 empresas do setor de turismo se configuravam entre as 200 organizações com maior número de litígios de consumo, totalizando 22,7 mil ocorrências (22,4% dos atendimentos). Entre os fornecedores de serviços turísticos, o número mais expressivo de ocorrências jurídicas foi registrado entre organizações que prestam serviços por meio de contratos na Internet. Há uma predominância de empresas aéreas (6 empresas), agências online (OTAs) de reservas de hospedagem e passagens aéreas (5 empresas), locadoras de automóveis (2 empresas), além de operadoras de turismo, cruzeiros marítimos e transporte compartilhado. Os dados do SINDEC (2022) indicam ainda que o problema mais comum entre empresas de turismo diz respeito a cláusulas contratuais (36%), seguido de atendimento ao cliente (27,6%), cobrança indevida (17,5%) e vício de serviço (8,3%). Registros de desistência de compra (3,8%) e discrepância na oferta contratada (0,4%) foram menos numerosos, como demonstrado nos dados da Tabela 1.

TABELA 1
Ocorrências consumeristas em empresas turísticas

Empresa	Total	Tipos de Ocorrência					
		Contrato	SAC	Vício de serviço	Cobrança	Oferta	Desistência
CVC	3858	1701	1011	205	588	0	125
Gol	3208	1138	936	321	469	0	125
123Milhas	3065	1070	927	190	449	0	226
Latam	2865	925	842	368	447	0	90
Decolar.com	2733	1076	778	153	449	0	126
Azul	1797	632	523	199	268	0	64
Uber	901	94	144	87	513	29	0
Hotel Urbano	649	265	191	45	63	26	0
MaxMilhas	589	210	176	47	84	0	38
Localiza	502	86	100	44	196	21	0
Viajanet	501	180	142	27	101	0	29
América do Sul Taxi Aéreo Ltda	482	246	125	27	41	0	15
Tap Air Portugal	469	184	141	59	55	0	10
Movida	374	69	41	49	171	10	0
Itapemirim	362	149	105	35	27	0	18
MSC Cruzeiros	337	152	89	19	48	10	0
Total	22.692	8.177	6.271	1.875	3.969	96	866

SINDEC (2022)

Esse cenário aponta que as relações de consumo no turismo brasileiro têm refletido transformações mais amplas, notadamente com o crescimento do comércio eletrônico de serviços e novas formas de consumo colaborativo e compartilhado. Porém, as empresas turísticas se diferem quanto à natureza das ocorrências: enquanto questões contratuais prevalecem entre os fornecedores turísticos, as cobranças indevidas são as ocorrências mais comuns entre empresas de serviços compartilhados, como aplicativos de transporte. A Figura 1 permite comparar as diferenças entre categorias desses fornecedores, sugerindo que a consolidação da economia compartilhada no turismo poderá influenciar a natureza das ocorrências consumeristas ao longo do tempo.

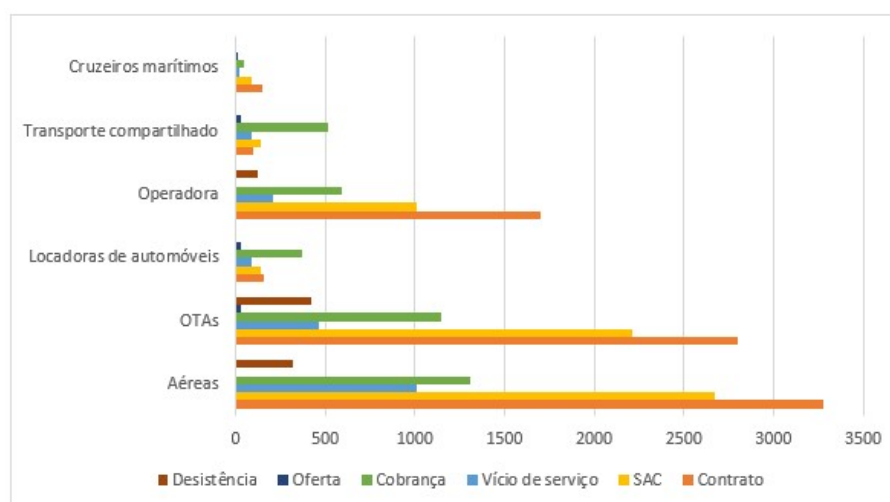


FIGURA 1

Número de ocorrências consumeristas por categoria de fornecedor de turismo

Organizado a partir de SINDEC (2022)

Em complemento, os dados mais recentes do relatório da plataforma Consumidor.gov, referentes ao ano de 2021, indicam que o atendimento nos segmentos ‘comércio eletrônico’ e ‘viagens, turismo e hospedagem’ representou respectivamente 7,4% e 3,4% das 1,4 milhão de ocorrências. A Tabela 2 compila a percentagem de ocorrências dos principais segmentos econômicos e permite apontar que serviços de viagens, turismo e hospedagem se caracterizam por reunir empresas com o menor índice de solução das ocorrências: 59,8% contra média geral de 78,4%.

TABELA 2

Percentual (%) de ocorrências e índice de solução por segmento

Principais Segmentos	Ocorrência	Índice de solução
bancos, financeiras e administradoras de cartão	29,0	79,3
operadoras de telecomunicações	21,1	89,3
comércio eletrônico	7,4	77,7
transporte aéreo	7,1	76,3
empresas de pagamento eletrônico	4,5	74,9
bancos de dados e cadastro de consumidores	4,4	76,1
viagens, turismo e hospedagem	3,4	59,8
energia elétrica	3,3	69,3
seguros, capitalização e previdência	3,3	80,4
operadoras de planos de saúde e administradoras de benefícios	0,8	77,3

Elaborado a partir de Consumidor.gov (2021)

Os assuntos mais reclamados sobre empresas da categoria de ‘viagens, turismo e hospedagem’ no ano de 2021 são ilustrados na Figura 2. A predominância de problemas com reembolso e devolução refletem alterações em massa provocadas pela pandemia da covid-19. Normas de exceção, como as Leis n. 10.046/2020 e n. 14.034/2020, buscaram flexibilizar a legislação consumerista quanto a prazos e direito ao reembolso.

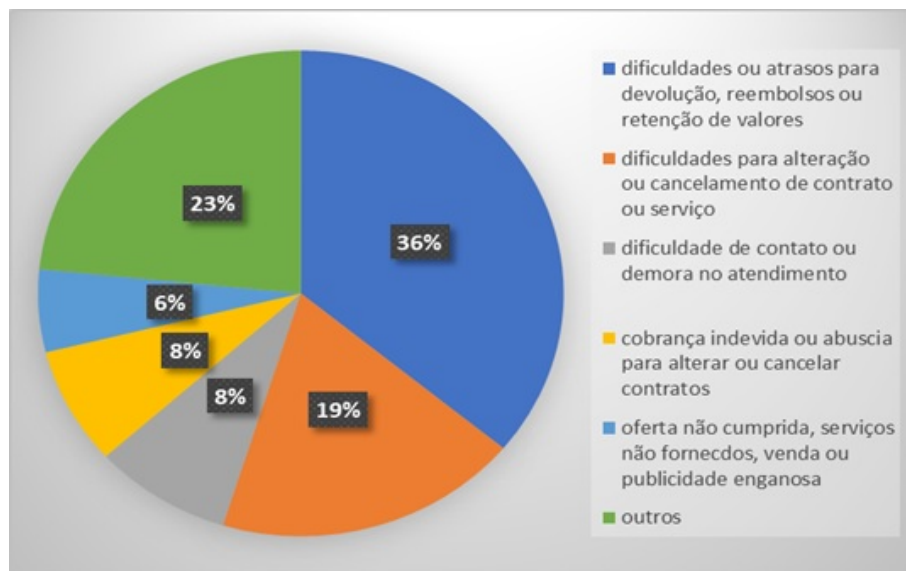


FIGURA 2
Assuntos mais reclamados em empresas de viagens, turismo e hospedagem
Elaborado a partir de Consumidor.gov (2021)

Quando considerados todos os segmentos da base de dados Consumidor.gov, o maior número de ocorrências entre os fornecedores de serviços turísticos é registrado entre empresas aéreas, agências online (OTAs) e programas de fidelidade. Quando consideradas apenas plataformas on-line e de serviços compartilhados (Tabela 3), constata-se que o índice médio de solução de problemas (61,3%) é menor do que a média geral de todas as empresas (78,4%). Também se verifica uma discrepância no prazo de respostas das empresas aos consumidores, cuja média é de 6,5 dias. Com exceção da empresa Uber (8,4 dias), plataformas de compartilhamento apresentam maior agilidade no tempo de resposta: 2,6 dias no AirBnB; 3,5 dias na 99App; e 4,5 dias na Buser.

TABELA 3
Ocorrências, índice de solução e prazos de resposta das plataformas

	ocorrências	índice de solução (%)	prazo de respostas (dias)
Decolar.com	68.524	56,2	10
Uber	27.774	69,8	8,4
Submarino	16.294	51,1	8
123 Milhas	11.748	74,5	5,3
ViajaNet	10.774	61,5	5,2
MaxMilhas	10.098	72,6	8,3
Hurb	4.770	73	5,6
99App	4.292	61,2	3,5
Hoteis.com	3.192	55,2	10
Booking	1.788	62,2	7,8
Eventim Brasil	1.564	59,1	6,8
Sympla	1.035	66,7	4,8
Ingresso.com	944	77,8	5,5
Buser Brasil	862	64,6	4,5
Expedia.com	856	48,8	10
Airbnb	513	54,6	2,6
Tickets for fun	492	52,6	7,6
Ingresso Rápido	479	53	6,7
Ticket360	414	55,1	6
Livepass	257	52,1	4,4
Buson	88	65,9	5,4

Elaborado a partir de Consumidor.gov (2021)

6 MARCO REGULATÓRIO PARA O TURISMO COLABORATIVO: AVANÇOS E LACUNAS

Desde os anos 1990, instâncias legislativas brasileiras têm aprimorado as normas de defesa do consumidor, observando modalidades de comércio eletrônico e consumo colaborativo nos diversos setores da economia. Na esfera federal, regulamentações jurídicas sobre economia compartilhada são debatidas em comissões permanentes da Câmara dos Deputados, como as de Defesa do Consumidor; de Economia, Indústria, Comércio e Serviços; e de Turismo. A constituição da Comissão Especial do Marco Regulatório da Economia Colaborativa, em 2017, evidencia maior atenção a esse segmento. Essa comissão reuniu empresas responsáveis por plataformas peer-to-peer e comércio eletrônico, órgãos governamentais, especialistas e entidades da sociedade civil. O impacto da economia compartilhada no turismo e das demandas de regulamentação no setor foram um dos temas debatidos pelos representantes. A Comissão destacou como principais pontos para um Marco Regulatório da Economia Colaborativa questões de responsabilidade civil, avaliação de confiança dos usuários, relações de emprego e tributação. Lacunas e propostas jurídicas de interesse ao setor turístico, identificadas a partir dos registros de audiências públicas, estão resumidas no Quadro 1.

QUADRO 1
Aspectos destacados para o Marco Regulatório da Economia Colaborativa

Aspecto	Lacunas	Propostas
Tributação	Evasão de tributos: transações financeiras fora do local do imóvel compartilhado; tributos não declarados prejudicam arrecadação dos destinos	Alteração da lei de locação e do imposto sobre serviço (ISS) Instituição de uma contribuição social de fomento ao turismo
Fiscalização	Hospedagens compartilhadas não são submetidas à mesma fiscalização de hospedagens convencionais: menor controle de atividades clandestinas	Enquadramento das plataformas <i>peer-to-peer</i> como prestadoras de serviços turísticos
Enquadramento jurídico	Plataformas podem se enquadrar em serviços de tecnologia, de informação, de transporte etc , dificultando a seleção do arcabouço legal a ser aplicado	Reconhecimento legal de caronas compartilhadas permitiria garantir apólice de seguros; Para serviços de carona: isenção do rodízio, faixas de trânsito exclusivas, reserva de vagas de estacionamento, incentivos fiscais e crédito de carbono
Avaliação e reputação	Privacidade de dados dos usuários	--

Outros desafios regulatórios para a economia do compartilhamento foram apontados pela Comissão Especial, como questões de: 1) acesso, envolvendo a exclusão de usuários de algumas plataformas; 2) precificação predatória, com preços abaixo do custo de produção; 3) privacidade e segurança da informação; 4) controle nacional; 5) tributação, demandando a criação de um regime eficiente, transparente e justo, definindo responsabilidades tributárias e formas de compensação das receitas perdidas pelos setores tradicionais; e 6) regulação trabalhista, posto que as plataformas não são consideradas empregadoras dos fornecedores de serviços (Duarte, 2018).

No campo da legislação turística, ainda que as primeiras normas criadas nos anos 1930 e 1940 visassem regular determinados serviços; as abordagens sobre direitos do consumidor foram aprimoradas, principalmente, nas duas últimas décadas. A proteção do consumidor é promovida nas diferentes edições dos Planos Nacionais de Turismo (PNT), mas o tratamento ao tema se modifica ao longo do tempo e pode ser organizado em três principais momentos: i) originalmente, os direitos do turista são discutidos como um aspecto inerente aos esforços de qualificação do setor, enfatizando ações de fiscalização e a regulamentação; ii) no Documento Referencial (2011-2014), os direitos consumeristas perdem ênfase e são abordados de forma indireta, como um componente de processos mais amplos de planejamento e gestão do turismo pátrio; iii) por fim, nas duas últimas edições do PNT, a preocupação com as normas consumeristas se vincula a ações aperfeiçoamento do ambiente jurídico, enfatizando a produção ou revisão de normas que estimulem investimentos e negócios do setor (Quadro 2).

QUADRO 2

Direito do consumidor nas políticas nacionais de turismo

	Abordagem dos direitos consumeristas
PNT 2003-2006	Macro programa 'Qualidade do Produto Turístico': induzir a qualificação de serviços por meio da fiscalização, normas e padrões
PNT 2007-2010	Macro programa 'Qualificação dos equipamentos e serviços turísticos': facilitar a defesa dos direitos do consumidor
Documento Referencial 2011-2014	Eixo temático 'Planejamento e Gestão': regulamentar a defesa dos interesses do consumidor
PNT 2013-2016	Ação prioritária 'Promover a melhoria do ambiente jurídico favorável': identificar pontos de estrangulamento do ambiente jurídico institucional
PNT 2018-2022	Iniciativa: 'Aperfeiçoar o ambiente legal e normativo do turismo' para novos modelos de negócio na Internet; alinhar legislações estaduais, municipais e federal; criar novas normas para o setor turístico

Elaborado a partir de Ministério do Turismo do Brasil

Nesses documentos, as transformações promovidas pelo consumo online (em geral) e pela economia compartilhada (em particular) são preocupações abordadas apenas recentemente. De fato, o PNT 2018-2022 discute a modernização legislativa do turismo brasileiro a partir de normas que atendam às especificidades dos novos modelos de negócio. Reconhece-se o uso de plataformas colaborativas para avaliação de destinos e sugere-se explorar a base de dados dessas ferramentas para auxiliar nas ações do poder público e do setor privado. Embora não defina estratégias, o documento chancela a necessidade de regulamentar as plataformas de intermediação de serviços turísticos.

Além dos planos nacionais, os direitos consumeristas no turismo conquistaram visibilidade com a regulamentação da Lei Geral do Turismo (decreto n. 7.381/2010) e a promoção do Programa Viagem Legal (2012), que difundiu orientações sobre direitos do turista em serviços de hospedagem, transportes, agências de turismo, saúde e acessibilidade. Entretanto, a economia compartilhada no turismo conquistou estatuto jurídico apenas com o Projeto de Lei (PL) n. 2.994/2020, aprovado pela Comissão Permanente de Economia, Indústria, Comércio e Serviços. Esse PL altera a redação da Lei n. 11.771/2008 (artigos 5º, 6º e 11) para reconhecer o turismo colaborativo como segmento turístico. O PL também acrescenta uma seção ao Capítulo V da Lei Geral do Turismo, definindo 'turismo colaborativo' e suas condicionantes:

Seção III-A Do Turismo Colaborativo:

Art. 20-A. Considera-se turismo colaborativo um modelo de turismo baseado na troca de conhecimentos e experiências profissionais com vistas a estimular a atividade turística local, a valorização da cultura local e o desenvolvimento pessoal, ampliando e democratizando o acesso ao turismo no País e, ao mesmo tempo, a competitividade no âmbito da atividade turística.

Art. 20-B. As pessoas físicas detentoras de habilidades e conhecimentos demandados pelos prestadores de serviço de que trata o art. 21 poderão se beneficiar do turismo colaborativo com o intuito de compartilhar seus conhecimentos e habilidades e, ao mesmo tempo, obter descontos ou isenções no pagamento da hospedagem.

Art. 20-C. No desenvolvimento da prática do turismo colaborativo deverão ser observadas as seguintes diretrizes: I – existência de um contrato de troca de experiências firmado entre as partes, contendo, no mínimo: a) o estabelecimento da contrapartida entre as partes; b) início e fim do período de realização da experiência. II – parcerias entre os contratantes e entidades ou associações beneficentes locais, sem fins lucrativos, observada a parcela de vinte por cento do tempo total dedicado à troca de experiências destinadas às mencionadas entidades ou associações, a título de contribuição ao desenvolvimento social local. III – as

relações advindas da prática do turismo colaborativo, em hipótese alguma, poderão estabelecer relações de vínculo empregatício. (PL n. 2.994/2020, pp. 2-3).

O texto da proposta legislativa justificou a legalização dessa modalidade de turismo como forma de enfrentar situações de trabalho análogas à escravidão, posto que o quadro jurídico vigente ainda não regravava a troca habilidades individuais por hospedagem, alimentação, transporte e outros serviços. Portanto, o PL n. 2.994/2020 dá relevo ao pagamento de hospedagem pela prestação de serviços do turista a partir de um contrato, tempo determinado e contrapartidas. Por outro lado, as características das ocorrências consumeristas no turismo, apresentadas anteriormente, permitem inferir que o marco regulatório discutido conseguiu abordar apenas parcialmente as dimensões da economia compartilhada no turismo, deixando à sombra lacunas jurídicas relevantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A defesa do consumidor no turismo obteve maior visibilidade nas duas últimas décadas e tem se atentado a novas formas de consumo eletrônico, como aquelas promovidas por plataformas da economia compartilhada. Por outro lado, o panorama de ocorrências consumeristas no turismo permite evidenciar lacunas no repertório normativo que regulamenta esse segmento. Primeiramente, foi constatado que a legislação de defesa do consumidor tende a abordar economia compartilhada, consumo colaborativo e comércio eletrônico a partir de um mesmo arcabouço legislativo, desconsiderando especificidades das modalidades de consumo.

Em adição, em que pese a boa aceitação de um marco regulatório para o turismo colaborativo no Brasil, verifica-se que o PL n. 2.994/2020 se limitou a regulamentar a troca de conhecimentos individuais por serviços de hospedagem, deixando à sombra um conjunto mais extenso de questões jurídicas. Enquanto a lei dos aplicativos de transporte individual compartilhado (Lei n. 13.640/2018) criou uma regulação nova, direcionando questões que dificilmente seriam respondidas por meio da adaptação das normas vigentes; o PL do turismo colaborativo modificou uma norma mais abrangente (Lei n. 11.771/2008), para responder parcialmente a uma modalidade de compartilhamento no turismo. Os registros de audiências públicas nas comissões destinadas à economia compartilhada no Brasil também permitiram identificar posturas divergentes entre as partes envolvidas: enquanto grandes plataformas peer-to-peer apresentam uma postura reativa à regulamentação, interpretando normas jurídicas como limitações ao ambiente de negócios; plataformas de menor porte, como serviços de carona compartilhada, destacam os possíveis benefícios da regulamentação.

Portanto, as principais dimensões jurídicas em torno da economia compartilhada requerem debates sobre aspectos evidenciados pela legislação consumerista, como o direito de arrependimento, prazo de decadência e inversão do ônus da prova; bem como exigem pensar mecanismos de controle e fiscalização da qualidade dos serviços e práticas abusivas, principalmente no que tange à informação; instrumentos securitários frente ao papel das avaliações por pares; taxação de fornecedores e consumidores em um regime de tributação específico da economia compartilhada; mecanismos de controle de concorrência predatória e preços abusivos; uso e divulgação da reputação individual em conformidade com a tutela de proteção de dados pessoais; controle de acesso ao uso de plataformas; reconhecimento da responsabilidade das plataformas como fornecedoras de serviços turísticos e não meras intermediárias. Entende-se que quando concebido com uma função mais ampla do que a fiscalizatória, o ambiente jurídico pode representar oportunidades de inovação para os novos negócios no turismo.

REFERÊNCIAS

- André, M. F. S. (2018). *Impacto das plataformas de economia partilhada: nomeadamente a Airbnb, nos hotéis em Portugal* (Dissertação de Mestrado). Turismo e Hotelaria - UE, Lisboa, Portugal. Repositório da Universidade Europeia. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/22977?mode=full>
- Aquino, L. P. T., Barbosa, M. L. A., & Barbosa, J. W. Q. (2020). O processo de cocriação de valor nas experiências de consumo colaborativo em turismo: o caso Blablacar. *Revista Turismo em Análise*, 31(3), 417-434. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i3p417-434>
- Back, C., Dias, J. C. L., & Tybusch, F. B. A. (2019). A responsabilidade civil e o direito do consumidor no plano de compra virtual com as novas modalidades de consumo (Apresentação de Trabalho). *Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade*, Santa Maria, RS, Brasil. <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/563/2019/09/5.28.pdf>
- Barbosa, J. W. Q., & Barbosa, M. L. A. (2020). Propostas de valor das plataformas de consumo colaborativo no turismo: O caso EatWith e Worldpackers. *Turismo e Sociedade*, 13(3), v. 13, 22-41. <http://dx.doi.org/10.5380/ts.v13i3.75410>
- Barbosa, D. P., & Medaglia, J. (2019). Tecnologia digital, turismo e os hábitos de consumo dos viajantes contemporâneos. *Marketing & Tourism Review*, 4(2), 1-33. <https://doi.org/10.29149/mtr.v4i2.5394>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Beni, M. C. (2020). Turismo e covid-19: Algumas reflexões. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(3), 1-23. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>
- Berti, T., & Conceição, L. (2021). Voluntariado e democratização no acesso ao turismo por meio da plataforma digital Worldpackers. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(2), 270-288. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2021v9n2ID21838>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Nova Iorque: Harper Collins Publishers.
- Bucciarelli, B. B. (2019). *O impacto da economia compartilhada nos mercados tradicionais: Um recorte do Airbnb com hotéis no Brasil*. (Dissertação de Mestrado). ESPM, São Paulo, SP, Brasil. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da ESPM. <https://tede2.espm.br/handle/tede/455>
- Buhalis, D. (2004). eTourism: Strategic and tactical impacts of information communication technologies for tourism, *Journal of Turismo & Development*, 1(1), 57-66. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i1.14311>
- Câmara dos Deputados (2022). Comissão Especial do Marco Regulatório da Economia Colaborativa. Recuperado de: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/especiais/55a-legislatura/cesp-marco-regulatorio-da-economia-colaborativa>
- Cezar, B. G. S., Bandeira, M. V., CORSO, K. B., Dorneles, F. M., & Barcellos, M. M. (2018). Panorama das plataformas digitais de consumo colaborativo no Brasil: Uma análise descritiva. *International Journal of Business & Marketing*, 3(1), 40-50. <http://www.ijbmkt.org/index.php/ijbmkt/article/view/66>
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm
- Decreto n. 7.381, de 2010. Regulamenta a Lei no 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7381.htm
- Decreto n. 7.962, de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm
- Dencker, A. F. M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.

- Duarte, A. J. M. (2018). Economia colaborativa [Comunicação Oral]. Audiência Pública da Comissão Especial do Marco Regulatório da Economia Colaborativa. Brasília, DF, Brasil.
- Ferreira, M. A. A. (2017). *Economia Alternativa: feiras e a AirBnB na cidade do Porto* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade do Porto - FLUP, Porto, Portugal. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10126/108855>
- Kunz, W., & Seshadri, S. (2015). From virtual travelers to real friends: relationship-building insights from an online travel community. *Journal of Business Research*, 68(9), 1822–1828. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.009>
- Lei n. 8.078, de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm
- Lei n. 10.046, de 2002. Institui o Código Civil. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10046.htm
- Lei n. 11.771, de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm
- Lei n. 12.965, de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm
- Lei n. 13.640, de 2018. Altera a Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012, para regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm
- Lei n. 13.709, de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm
- Lei n. 14.034, de 2020. Dispõe sobre medidas emergenciais para a aviação civil brasileira em razão da pandemia da Covid-19; e altera as Leis nos 7.565, de 19 de dezembro de 1986, 6.009, de 26 de dezembro de 1973, 12.462, de 4 de agosto de 2011, 13.319, de 25 de julho de 2016, 13.499, de 26 de outubro de 2017, e 9.825, de 23 de agosto de 1999. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/l14034.htm
- Mamede, G. (2002). *Direito do turismo: legislação específica aplicada*. (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Marques, C. L. (2017). A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: Um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, 11(26), 247-268. <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1081/946>
- Meller-Hanich, C. (2016). Economia compartilhada e proteção do consumidor (A. Soares, Trad.). *Revista de Direito do Consumidor*, 105(25), 19-31. <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/671/599>
- Ministério do Turismo (2003). Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007. Recuperado de: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf
- Ministério do Turismo (2007). Plano Nacional de Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão. Recuperado de: <https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20120220092420.pdf>
- Ministério do Turismo (2013). Plano Nacional do Turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil 2013-2016. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/plano-nacional-2013-pdf>
- Ministério do Turismo (2018). Plano Nacional do Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/pnt-2018-2022-pdf>
- Ministério do Turismo, & Fundação Getúlio Vargas (2011). Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014. Recuperado de: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf

- Molz, J. G. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of Couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43, 210- 230. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.001>
- Neves, C. S. B., Carvalho, I. S., Filippim, M. L., & Kushano, E. S. (2018). O turismo LGBT na economia compartilhada: Análise de aplicativos de hospedagem, transportes e serviços para turistas LGBTs. In: E. Alcoforado, J. A. C. Santos, C. Tamos, & C. Henriques. (Orgs.). *Hotelaria e Restauração: estratégias versus experiências* (219-237). UAlg.
- Neves, C. S. B., Souza, W. F. L., & Carvalho, I. S. (2020). Tecnologia e espaços turísticos: aplicativos de turismo em áreas naturais no Brasil. *Geografia: Publicações Avulsas*, 2(1), 331-352. <https://revistas.ufpi.br/index.php/geografia/article/view/10725/7685>
- Oliveira, N. M., Viterbo, J., & Boscarioli, C. (2020). Disrupção e apropriação tecnológica: uma experiência com AirBnB em um destino turístico não indutor. *Information Systems in Latin America*, 1-10. <https://aisel.aisnet.org/isla2020/7>
- Projeto de Lei n. 2.994, de 2020. Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, para dispor sobre o Turismo Colaborativo. Recuperado de: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2254065>
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22. <https://doi.org/10.22381/jsme4320161>
- Souza, C. A. P., Lemos, R. (2016). Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: Função social e tutela de confiança. *Revista de Direito da Cidade*, 8(4), 1757-1777. <https://doi.org/10.12957/rdc.2016.25740>
- Vera, L. A. R., & Gosling, M. S. (2017). Economia compartilhada no turismo: Uma discussão teórica sobre o consumo colaborativo e o compartilhamento. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 10(1), 226-251. <http://dx.doi.org/10.19177/reen.v10e12017226-251>
- World Tourism Organization (2017). New platform tourism services (or the so-called Sharing Economy): understand, rethink and adapt. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419081>