



11704971



08012.001140/2020-20



Ministério da Justiça e Segurança Pública  
Secretaria Nacional do Consumidor  
Assessoria da SENACON

Nota Técnica n.º 24/2020/ASSESSORIA-SENACON/GAB-SENACON/SENACON/MJ

PROCESSO Nº 08012.001140/2020-20

INTERESSADO: Secretaria Nacional do Consumidor

## 1. RELATÓRIO

1. Em 11/03/2020, a Organização Mundial da Saúde declarou a pandemia em razão do Covid-19 e, em 20/03/2020, o Decreto Legislativo nº 6 de 2020 decretou estado de calamidade pública até o dia 31 de dezembro de 2020. Dentre os diversos impactos em razão da pandemia, o setor de turismo foi um dos mais afetados pela pandemia do coronavírus e um dos que mais demorará a se recuperar, conforme estudo conduzido pela Fundação Getúlio Vargas<sup>[1]</sup>:

O mercado de viagens é um dos setores mais afetados pela crise, pois a política de isolamento resultante das medidas de contenção ao contágio pelo Covid-19 afeta frontalmente a dinâmica econômica do setor, restando quase nenhuma possibilidade de receita. Como é uma atividade fortemente geradora de empregos em todas as faixas de renda no Brasil, principalmente, e em grande escala, nas áreas de menor grau de especialização, seu enxugamento traz consequências significativas o país. Segundo o IBGE, o setor representa 3,71% do PIB, e sua dinâmica é composta por diferentes atividades que serão diferentemente impactadas nessa crise. (p. 2)

2. Em vista disso, desde essa data, esta Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), acompanhada ora do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, ora pelo Ministério Público Federal e da Associação Nacional do Ministério Público do Consumidor - MPCON, firmou Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com a Associação Brasileira de Produtores de Eventos – ABRAPE e com as empresas nacionais de transporte aéreo, e está negociando outros 6 acordos no setor de turismo.

3. Os TACs firmados até o momento trabalham com a premissa de remarcação gratuita ou constituição de crédito em favor dos consumidores, ou então a devolução do crédito dos consumidores dentro de um prazo de 12 meses. Eles também preveem a abstenção pela Senacon de processos sancionadores decorrentes da situação de pandemia.

4. Em 08/04/2020, foi publicada Medida Provisória nº 948 (MP nº 948) para tratar de aspectos consumeristas do setor de turismo, afetados em razão da pandemia. Ela prevê quatro alternativas para situação de cancelamento de eventos em razão da calamidade pública da pandemia, seguindo, na essência, as alternativas do TAC, a saber: remarcação de serviços, reservas ou eventos cancelados; disponibilização do crédito para uso ou abatimento de outras reservas e eventos; ou, se nenhuma dessas alternativas for disponibilizada, reembolso dos valores pagos.

5. Além disso, sobre o aspecto da força maior/caso fortuito da pandemia e seus efeitos sobre as relações contratuais, a MP nº 948 reconhece não caber, da simples inexecução involuntária do contrato de consumo, danos morais ou mesmo instauração de processo sancionador.

6. Cumpre esclarecer que essas alternativas preservam os direitos dos consumidores de obterem o resultado útil contratado (o “bem da vida”, no jargão da teoria processual), sem qualquer custo adicional, implicando, por outro lado, custos de remarcação aos fornecedores.

7. Resta examinar, portanto, as implicações dessa MP para as relações de consumo disciplinadas por essa MP, esclarecendo os direitos dos consumidores dela derivados e as consequentes obrigações dos fornecedores da cadeia do turismo, dado que as implicações para os TACs já firmados será objeto de avaliação em Notas Técnicas elaboradas especificamente para cada um dos acordos já firmados<sup>[2]</sup>.

## 2. IMPLICAÇÕES PARA RELAÇÕES DE CONSUMO DO SETOR DE TURISMO

### 2.1. Direitos garantidos aos consumidores: ordem legal e exercício do direito ao reembolso

8. Caso determinada relação contratual de consumo do setor de turismo não seja regulada por algum TAC, aplicam-se as regras previstas na MP nº 948, as quais estabelecem os direitos dos consumidores em serviços turísticos afetados pela pandemia.

9. Cumpre esclarecer estão contempladas pela MP nº 948 as atividades previstas no art. 21 da Lei nº 11.771 de 2008, como aqueles serviços que sofrem a incidência da referida norma legal:

Art. 21. Consideram-se prestadores de serviços turísticos, para os fins desta Lei, as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo:

- I - meios de hospedagem;
- II - agências de turismo;
- III - transportadoras turísticas;
- IV - organizadoras de eventos;
- V - parques temáticos; e
- VI - acampamentos turísticos.

Parágrafo único. Poderão ser cadastradas no Ministério do Turismo, atendidas as condições próprias, as sociedades empresárias que prestem os seguintes serviços:

- I - restaurantes, cafeterias, bares e similares;
- II - centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições e

similares;

III - parques temáticos aquáticos e empreendimentos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer;

IV - marinhas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva;

V - casas de espetáculos e equipamentos de animação turística;

VI - organizadores, promotores e prestadores de serviços de infra-estrutura, locação de equipamentos e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos;

VII - locadoras de veículos para turistas; e

VIII - prestadores de serviços especializados na realização e promoção das diversas modalidades dos segmentos turísticos, inclusive atrações turísticas e empresas de planejamento, bem como a prática de suas atividades.

10. No que se refere aos eventos/serviços cancelados em razão da pandemia, a MP prevê os seguintes direitos aos consumidores:

Art. 2º Na hipótese de cancelamento de serviços, de reservas e de eventos, incluídos shows e espetáculos, o prestador de serviços ou a sociedade empresária não serão obrigados a reembolsar os valores pagos pelo consumidor, desde que assegurem:

I - a remarcação dos serviços, das reservas e dos eventos cancelados;

II - a disponibilização de crédito para uso ou abatimento na compra de outros serviços, reservas e eventos, disponíveis nas respectivas empresas; ou

III - outro acordo a ser formalizado com o consumidor.

§ 1º As operações de que trata o caput ocorrerão sem custo adicional, taxa ou multa ao consumidor, desde que a solicitação seja efetuada no prazo de noventa dias, contado da data de entrada em vigor desta Medida Provisória.

§ 2º O crédito a que se refere o inciso II do caput poderá ser utilizado pelo consumidor no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo [Decreto Legislativo nº 6, de 2020](#).

§ 3º Na hipótese do inciso I do caput, serão respeitados:

I - a sazonalidade e os valores dos serviços originalmente contratados; e

II - o prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo [Decreto Legislativo nº 6, de 2020](#).

§ 4º Na hipótese de impossibilidade de ajuste, nos termos dos incisos I a III do caput, o prestador de serviços ou a sociedade empresária deverá restituir o valor recebido ao consumidor, atualizado monetariamente pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial - IPCA-E, no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo [Decreto Legislativo nº 6, de 2020](#).

Art. 3º O disposto no art. 2º se aplica a:

I - prestadores de serviços turísticos e sociedades empresárias a que se refere o [art. 21 da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008](#); e

II - cinemas, teatros e plataformas digitais de vendas de ingressos pela internet.

Art. 4º Os artistas já contratados, até a data de edição desta Medida Provisória, que forem impactados por cancelamentos de eventos, incluídos shows, rodeios, espetáculos musicais e de artes cênicas e os profissionais contratados para a realização destes eventos não terão obrigação de reembolsar imediatamente os valores dos serviços ou cachês, desde que o evento seja remarcado, no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo [Decreto Legislativo nº 6, de 2020](#).

Parágrafo único. Na hipótese de os artistas e os demais profissionais contratados para a realização dos eventos de que trata o caput não prestarem os serviços contratados no prazo previsto, o valor recebido será restituído, atualizado monetariamente pelo IPCA-E, no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo [Decreto Legislativo nº 6, de 2020](#).

Art. 5º As relações de consumo regidas por esta Medida Provisória caracterizam hipóteses de caso fortuito ou força maior e não ensejam danos morais, aplicação de multa ou outras penalidades, nos termos do disposto no [art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990](#).

11. O cancelamento de um serviço/evento em razão da pandemia gera aos consumidores o direito à remarcação gratuita da atividade contratada, ou então a obtenção de um crédito no mesmo valor pago para uso tão logo passada a pandemia, ambos sem qualquer custo adicional.

12. Naturalmente que essa remarcação depende de uma série de fatores, mas certamente o setor hoteleiro deve dar opções aos consumidores, evitando abuso de direito ou quebra da boa fé objetiva nessa remarcação, estando inclusive à disposição dos consumidores durante o prazo de 90 dias previstos na MP para o exercício do direito de escolha por eles na forma prevista na legislação.

13. A MP deixa clara também a possibilidade de qualquer negociação diferente entabulada entre consumidores e fornecedores. A Senacon tem reforçado a importância da negociação e do uso de métodos consensuais de disputas durante esse período de pandemia, inclusive por meio da plataforma do consumidor.gov.br. Essa negociação permite que agências de viagens deem outras opções diferentes das contratadas e mantenham sua taxa de comissão, o que é importante durante a pandemia, mas com isso também resguardando o interesse dos consumidores.

14. Nada disso sendo possível, aí então abre-se o direito dos consumidores de pedirem o reembolso no prazo de 12 meses previstos na MP. Dessa maneira, cumpre esclarecer que os consumidores não têm um direito imediato ao reembolso. Nesse sentido, não há que se falar num direito potestativo de reembolso; seu exercício depende da falta de alternativas ofertadas. Trata-se aqui de solução de compromisso encontrada pelo legislador para fazer frente às dificuldades econômicas e financeiras causadas ao setor de turismo, ao mesmo tempo em que garantindo os direitos dos consumidores de serem colocados na mesma posição em que estavam quando da contratação do serviço/evento antes da pandemia.

15. Pareceu evidente ao legislador, diante dos dados e das projeções econômicas disponíveis quando da concepção da MP de que se todos consumidores pedirem reembolso integral, muitos ficarão sem receber nada em razão da potencial falência em massa de empresas do setor. Trata-se, portanto, de um indutor comportamental (*nudge*) para garantir melhor decisão aos consumidores, como recomendado pelo Guia da Organização para Cooperação e Desenvolvimento

Econômico[3], evitando um problema de “tragédia dos comuns”[4] num ambiente de ação coletiva[5].

## 2.2. Ausência de solidariedade na cadeia de turismo

16. Cumpre desde logo esclarecer que a MP não previu solidariedade da cadeia de serviço de turismo quando exercido pelos consumidores, dentro das hipóteses legais, seu pedido de reembolso das quantias pagas.

17. Nessa esteira, não há obrigatoriedade de devolução – pelo fornecedor de serviços eventos ou do ramo hoteleiro ou mesmo de aviação – da comissão da agência de turismo e/ou da “taxa de conveniência” (e vice versa, ou seja, a empresa de venda de ingressos on line e agências de turismo devolverem o valor integral), diante do disposto no par 4º do art. 2º da MP nº 948, que assim dispõe:

“§ 4º Na hipótese de impossibilidade de ajuste, nos termos dos incisos I a III do caput, o prestador de serviços ou a sociedade empresária deverá restituir o valor recebido ao consumidor, atualizado monetariamente pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial - IPCA-E, no prazo de doze meses...”

18. Percebe-se que a MP nº 948 de 2020 não dispõe expressamente sobre a solidariedade na cadeia do setor de turismo, determinando apenas que “o prestador de serviços ou a sociedade empresária deverá restituir o valor recebido ao consumidor” sem obrigar especificamente as empresas do setor de turismo a restituir o valor da comissão ou da taxa de conveniência, tratando-se de um silêncio eloquente, dado que a solidariedade, nos termos da legislação civil, somente pode decorrer da lei ou do contrato[6].

19. Em adição à interpretação gramatical e sistêmica do texto legal em tela, importante também fazer-se interpretação teleológica, considerando-se justamente os efeitos devastadores da situação imprevista de pandemia, que afetou sobremaneira a cadeia do setor hoteleiro e consequentes riscos aos direitos dos consumidores.

20. Em relação ao primeiro ponto, conforme diagnosticado por diversos estudos econômicos apontados supra, as empresas de turismo estão em risco e, por via de consequência, os próprios direitos dos consumidores, exigindo das autoridades públicas formas de tratamento do tema de forma a garantir a subsistência dessas empresas com o objetivo de manterem hígidos os interesses dos consumidores. Trata-se de uma realidade econômica e social não prevista pelo legislador quando concebeu o CDC, nem pela jurisprudência que se formou sobre o mesmo diploma legal.

21. Em relação ao segundo ponto, deve-se esclarecer que o mercado é organizado de forma que existem agentes de turismo que atuam em favor de consumidores e de fornecedores intermediando operações de reserva e compra e venda de passagens aéreas, reservas de hotel, pacotes turísticos e ingressos de eventos e recebendo uma comissão por isso[7]. Esse é o elo mais fraco da cadeia de turismo por envolver micro e pequenas empresas, que não tem acesso fácil a financiamento e que mais sofrerão com a pandemia, tornando-se também extremamente vulneráveis, conforme explica pesquisa conduzida pelo Sebrae (SEI 11706283), da qual participaram 157 empresas de turismo de todo Brasil[8], podendo-se até falar em vulnerabilidade bilateral ou “choque simétrico”[9].

22. Por esses motivos, referido dispositivo legal não deve ser interpretado de modo a criar uma responsabilidade em cadeia de fornecimento, o que depende de requisitos legais não presentes no caso vertente. Vale dizer, o disposto no par 4º do art. 2º da MP 948 não deve ser interpretado de forma a obrigar que um fornecedor deva restituir valores aos consumidores que não tenham sido por ele recebidos ou cuja titularidade não lhe pertença. Ou seja, que a agência de turismo tenha de restituir um valor superior a sua comissão de agenciamento; ou que a empresa aérea tenha de restituir integralmente o valor da passagem aérea, aí incluído o valor de agenciamento. Desse modo, cada fornecedor responderia na medida da natureza da sua atividade (serviço) na cadeia e dentro dos limites dos valores por ele recebidos ou de valores de sua titularidade.

23. Naturalmente que teria de ser enfrentando aqui também o possível argumento de responsabilidade objetiva da cadeia de fornecimento de um produto no mercado de consumo, conforme art. 12 e 18 do Código de Defesa do Consumidor, inaplicável à MP a fim de gerar uma solidariedade na cadeia de turismo decorrente do cancelamento de serviços/eventos afetados pela pandemia.[10] A uma porque o setor de turismo é um serviço, a ele se aplicando os art. 14 e 20 e não os arts. 12 e 18 do CDC (sendo que o próprio texto legal referente aos serviços não estabelece solidariedade à cadeia de fornecimento) A duas, porque (ainda que aplicável analogicamente os artigos 12 e 18 ao caso concreto) não parece adequada a aplicação de tais artigos referentes à responsabilidade civil decorrente de um fato do serviço para uma situação de pandemia, que provocou uma crise econômica sem precedentes e um “choque simétrico” nas relações contratuais, vulnerabilizando também pequenas e microempresas de turismo.

24. Vale dizer, o risco de uma pandemia (e seus reflexos como a falência de empresas integrantes da cadeia de turismo) não é inerente ao risco negocial do serviço de turismo, ao contrário de uma episódica falha de planejamento da viagem que pode ser prevista e inclusive integrada ao preço. Até porque a única forma de previsão futura do empresário está associada ao exame do passado e ninguém previu a pandemia (tanto que próprias apólices de seguro dos fornecedores excluem situações de epidemias e pandemias pela impossibilidade de precificar o risco e distribuí-lo entre segurados).

25. Ademais, tais artigos do CDC se referem à fato do produto ou serviço derivado do descumprimento de lei ou de contrato, situação muito distinta do exercício de opção dos consumidores, por sua conveniência e vontade, pela extinção do contrato por motivo diverso de um vício do serviço do fornecedor turístico, o qual não ocorreu justamente pela decorrência da pandemia.[11]

26. Vale dizer, com a remarcação sem qualquer custo adicional para os consumidores (mas sim para os fornecedores), os consumidores foram colocados na situação em que se encontravam pré-pandemia, não havendo que se falar em justo motivo para rescindir o negócio jurídico. Daí terem de assumir o ônus de sua decisão imotivada, não havendo no CDC direito ao arrependimento para além das hipóteses do seu artigo 48[12] (conforme recomendação interministerial para setor aéreo de março, vide Nota Técnica n.º 2/2020/GAB-SENACON/SENACON/MJ, SEI 11181853, publicada em conjunto com os ministérios do Turismo, e Saúde), salvo naturalmente uma situação especial de algum consumidor que não mais pretenda assistir ao espetáculo ou ao pacote turismo por ter perdido o emprego ou renda substancial – situações para as quais o inciso III do art. 2º da MP nº 948 funcionam bem).

### 2.3. “Taxa de conveniência” nas vendas “on line”

27. Já no que tange às “taxas de conveniência”, mais aplicável ao setor de eventos (shows, espetáculos, cinema e teatro) do que hoteleiro ou aéreo, elas não pertencem aos produtores de eventos não podendo ser por eles restituídos (e, no mais das vezes, são valores sequer recebidos pelas empresas de eventos) e que a MP nº 948 de 2020 não se vislumbra essa obrigatoriedade. A rigor, conforme Nota Técnica dessa Senacon, lastreada em Nota Técnica do Ministério da Economia e em parecer da ilustre professora Cláudia Lima Marques, concluiu-se que as empresas de vendas de ingressos *on line* fazem jus à remuneração pelos seus serviços de intermediação (vide Nota Técnica n.º 9/2019/CGTSA/DPDC/SENACON/MJ – SEI 9013579 – processo 08000.022898/2019-05), assim como agências de viagens fazem jus a suas intermediações em razão do resultado útil entregue aos consumidores. [13]

28. Aliás, conforme Nota Técnica SEI nº 4/2019/COGAC/SAC/SEAE/SEPEC-ME, (cuja cópia se encontra acostada no doc. SEI 8990486 – processo 08012.001700/2019-11), da Secretaria de Advocacia da Concorrência e Competitividade do Ministério da Economia, também consta tal informação de que as receitas decorrentes dos serviços de conveniência são exclusivas do responsável pela sustentação e fornecimento do serviço, não sendo destinadas aos produtores do evento.

29. Portanto, percebe-se que caso os consumidores, repete-se, nas hipóteses específicas previstas na MP, exerçam seu direito ao reembolso, cada fornecedor deverá responder pelo “quantum” recebido, cabendo as agências e empresas de vendas *on line* restituírem sua parcela diretamente, sem qualquer solidariedade.

### 2.4. Descabimento de danos morais e multas administrativas

30. Já sobre o artigo 5º, embora sua redação possa não ser a ideal – pelo menos quando lido em uma interpretação meramente gramatical –, em sentido teleológico ou finalístico, o que ele significa é que a situação de pandemia afetou simetricamente as partes em uma relação contratual, podendo o cancelamento do evento ou do pacto turístico ser caracterizado como um caso fortuito ou força maior, e, justamente por isso, *ipso facto* do cancelamento (e da não execução contratual) não deriva indenização (especialmente por danos morais) ou mesmo sanção administrativa.

31. Imagine-se por exemplo que o consumidor adquirido um pacote turístico para sua lua de mel, tendo sido a viagem cancelada em razão da pandemia (ou de atos de governo de fechamento do comércio dela derivada). Ora, desse cancelamento não se origina ilícito contratual passível de indenização ou multa administrativa. O mesmo valendo para um espetáculo. Naturalmente que comportamentos abusivos não derivados do cancelamento involuntário poderão ser responsabilizados civilmente ou administrativamente, como falta de dever de informação dos direitos dos consumidores, ausência de alternativas previstas na MP para hipótese de cancelamentos, etc.

## 3. CONCLUSÃO

32. Diante o exposto, conclui-se que MP estabelece uma sequência a ser seguida pelos fornecedores quando do cancelamento de eventos em razão da pandemia, garantindo aos consumidores a remarcação ou obtenção de um crédito para uso futuro, sem qualquer custo adicional. Também a MP permite negociação entre consumidores e fornecedores que cheguem a resultados satisfatórios para ambos, especialmente para os consumidores, elo mais vulnerável da relação. Somente na ausência dessas alternativas, há o direito ao reembolso.

33. Ademais, a MP não estabelece solidariedade na cadeia de turismo por cancelamento de serviços e eventos em decorrência da pandemia. Situação diversa, colocaria as empresas do setor de turismo na iminência de uma quebra generalizada com o conseqüente comprometimento do crédito dos consumidores que optarem pela restituição, devendo, portanto, cada fornecedor responder até o limite do seu recebimento ou da titularidade do direito em questão; nem, tampouco, obriga empresas do setor de eventos a restituir a “taxa de conveniência” quando se dispuseram, de boa fé e de forma efetiva, a remarcar gratuitamente o evento ou conceder crédito aos consumidores, o qual opta, por motivos de conveniência pessoal pelo cancelamento. Essa taxa deve ser restituída, quando for o caso, pelas empresas de vendas *on line*.

34. Também se conclui que o cancelamento do evento/serviço derivado da pandemia, *per se*, não é um vício que enseja indenização cível nem sanção administrativa uma vez que se trata de situação de caso fortuito/força maior.

À consideração superior.

**Isabela Maiolino**

Assessora técnica

De acordo.

**Luciano Benetti Timm**

Secretário Nacional do Consumidor

[1] Fundação Getúlio Vargas. Impacto econômico do Covid-19 – propostas para o turismo brasileiro. Abril 2020. Disponível em: <<https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020>> e SEI 11706260. Nesse sentido, ver também pesquisa feita pelo Sebrae “Impactos recentes do coronavírus no segmento de turismo de negócios e eventos”, também de abril de 2020. Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Pesquisa-impacto-coronav%C3%ADrus\\_neg-e-eventos\\_f.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Pesquisa-impacto-coronav%C3%ADrus_neg-e-eventos_f.pdf)> e SEI 11706218.

[2] Nesse sentido, destaca-se a Lei de Introdução do Direito Brasileiro, em seu art. 6º: “Art. 6º A Lei em vigor terá efeito imediato e geral, respeitados o ato jurídico perfeito, o direito adquirido e a coisa julgada”; assim como o art. 5 inc. XXXVI da CF. Cabe trazer também as lições de Maximiliano: “Sempre se presume que se não quis substituir, de todo, a norma em vigor; a revogação da lei deve ficar bem clara. Verifica-se atentamente se o parlamento pretendeu reformar o Direito vigente, que circunstâncias o levaram a isto; até onde foi o propósito inovador; quais os termos e a extensão em

que se afastou das fontes, nacionais ou estrangeiras, do dispositivo atual. Pelo que eliminou e pelo que deixou de substituir, conclui-se o seu propósito, orienta-se o hermeneuta.” MAXIMILIANO, Carlos. Hermenêutica e aplicação do direito. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1992. p. 139.

[3] ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – OCDE. **Consumer Policy Toolkit**. 2010. OECD Publishing, Paris. Disponível em: <<https://doi.org/10.1787/9789264079663-en>>.

[4] Termo cunhado por Garret Hardin: HARDIN, Garret. The tragedy of the Commons. **Science**, New Series, Vol. 162, No. 3859 (Dec. 13, 1968), pp. 1243-1248. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1724745>>. Em síntese, indivíduos que agem de forma independente, de acordo com os seus próprios interesses, podem contrariar os melhores interesses de uma comunidade, esgotando recursos comuns – aqui, equiparado ao direito de devolver o valor de forma integral ao consumidor: ao permitir que os consumidores solicitem os valores integrais, os recursos das empresas se esgotarão.

[5] Nesse sentido, ver OLSON JR, Mancur. **A Lógica da Ação Coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais**. 1 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015. Original: 1965. Explica o autor que “Embora todos os membros do grupo tenham consequentemente um interesse comum em alcançar esse benefício coletivo, eles não têm nenhum interesse comum no que toca a pagar o custo do provimento desse benefício coletivo.” P. 33. Sobre o assunto, ver também: ARAÚJO, Fernando. **A tragédia dos baldios e dos anti-baldios – o problema económico do nível óptimo de apropriação**. Almedina, 2008.

[6] Conforme art. 248 do Código Civil: Art. 248. Se a prestação do fato tornar-se impossível sem culpa do devedor, resolver-se-á a obrigação; se por culpa dele, responderá por perdas e danos.

[7] Lei 11771/2008: “Art. 27. Compreende-se por agência de turismo a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente”

[8] Das 157 empresas de turismo, 4% já encerraram os seus negócios e 72% interromperam o funcionamento temporariamente. SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O Impacto da pandemia de corona vírus nos Pequenos Negócios**. 2ª edição. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Imagens%20SebraeNA/Pesquisa%20O%20Impacto%20do%20Coronav%20C%20A%20Drus%20nos%20pequenos%20neg%20C%20B%20cios%20-%20Pesquisa%20Completa%20n%C2%BA2%20\(09042020.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Imagens%20SebraeNA/Pesquisa%20O%20Impacto%20do%20Coronav%20C%20A%20Drus%20nos%20pequenos%20neg%20C%20B%20cios%20-%20Pesquisa%20Completa%20n%C2%BA2%20(09042020.pdf)> e SEI 11706283. Nesse sentido, ver também a 3ª edição da pesquisa, disponível pelo SEI 11718830.

[9] A expressão “choque simétrico” nos contratos foi utilizada pelo Prof. Dr. Fernando Araújo em aula inaugural do Mestrado Profissional da UNISINOS: <<http://www.unisinis.br/eventos/choques-simetricos-sobre-os-contratos-ex920139-00001>>

[10] Segue-se aqui a argumentação para solidariedade em cadeia bem descrita no artigo OLIVEIRA, Taciana. A responsabilidade solidária das agências de viagem nas relações de consumo: uma análise sob a ótica da Lei geral do Turismo e do CDC: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-89/a-responsabilidade-solidaria-das-agencias-de-viagem-nas-relacoes-de-consumo-uma-analise-sob-a-otica-da-lei-geral-do-turismo-e-do-cdc/>>. Argumentos esses que não se encontram presentes no caso em exame.

[11] Cumpre esclarecer que pela melhor doutrina, inadimplemento contratual requer uma inexecução da obrigação que provoque dano na vítima e a situação de pandemia é caso fortuito e força maior, que é cláusula de exoneração da responsabilidade civil, conforme previsão do art. 393 do Código Civil, plenamente aplicável nas relações consumeristas.

[12] Diz o art. 48 do Código de Defesa do Consumidor: Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

[13] Em similar sentido decidiu o Superior Tribunal de Justiça ao analisar o direito do corretor de imóveis de receber a sua comissão, ainda que a venda não tenha se concretizado por motivo estranho à sua atividade. Recurso Especial nº 1783014, Terceira Turma, Ministra Relatora Nancy Andrighi, julgado em 12/11/2019.



Documento assinado eletronicamente por **Luciano Benetti Timm, Secretário(a) Nacional do Consumidor**, em 19/05/2020, às 13:02, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Isabela Maiolino, Assessor(a) Técnico(a)**, em 19/05/2020, às 13:04, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.autentica.mj.gov.br> informando o código verificador **11704971** e o código CRC **0888C2CD**. O trâmite deste documento pode ser acompanhado pelo site <http://www.justica.gov.br/aceso-a-sistemas/protocolo> e tem validade de prova de registro de protocolo no Ministério da Justiça e Segurança Pública.