



PARECER Nº 1, DE 2019 - CDC

Da COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR ao Projeto de Lei nº 312, de 2019, que *dispõe sobre o direito de informação dos consumidores e estabelece as diretrizes para a comercialização, presencial e on-line, de ingressos para a realização de eventos no âmbito do Distrito Federal.*

**AUTOR: Deputado José Gomes**

**RELATOR: Deputado Chico Vigilante Lula da Silva**

## I - RELATÓRIO

Submete-se ao exame desta Comissão de Defesa do Consumidor o Projeto de Lei nº 312, de 2019, que trata do direito do consumidor a informações sobre os eventos e estabelece diretrizes para a comercialização, presencial ou *on-line*, dos ingressos.

O art. 2º reproduz a definição de evento da Lei nº 5.281, de 24 de dezembro de 2013, a qual estabelece que são atividades recreativas, sociais, culturais, religiosas ou esportivas; institucionais ou promocionais; de natureza pública ou privada; caráter eventual; em local determinado e com reflexos no sistema viário ou na segurança pública.

A comercialização dos ingressos é competência do organizador, promotor ou responsável pelo evento, e a comercialização poderá ser presencial, nas bilheterias e lojas parceiras, ou na modalidade *on-line*, vedada a venda por pessoas físicas ou jurídicas não credenciadas, de acordo com os artigos 3º, 4º e 5º.

Segundo o art. 6º, é direito do consumidor ter acesso a informações sobre: 1) data, horário e local do evento; data, horário e local de venda dos ingressos; 2) data, horário e endereço dos sítios eletrônicos para venda *on-line*; 3) número de ingressos para venda presencial e *on-line*; 4) modalidades e respectivos valores e formas de pagamento, inclusive da taxa de conveniência quando for o caso; 5) documentos necessários para aquisição, cessão, arrependimento de compra, devolução de valores e entrada nos eventos; 6) meios para transferência ou cessão dos ingressos adquiridos a terceiros, inclusive meia-entrada; 7) tipos de alimentos e bebidas permitidas ou comercializadas no local, com divulgação prévia dos valores; e 8) medidas para eliminar a discriminação contra aqueles que optarem pela aquisição presencial dos ingressos.





Os artigos 7º e 8º tratam da definição de infrações e da determinação de sanções aplicáveis.

De acordo com o art. 9º, a fiscalização ficará a cargo do órgão competente do Poder Executivo. Em caso de infração, os fiscais de atividades urbanas devem tomar as seguintes medidas: lavrar multa, no caso de venda de ingressos por pessoas não credenciadas; apreender os ingressos, no momento da abordagem; lavrar termo circunstanciado no qual conste data e local do fato, identificação do infrator e quantidade de ingressos apreendidos. Dispõe, ainda, que caberá ao Poder Executivo definir a destinação dos ingressos apreendidos.

Conforme o art. 10, o Poder Executivo regulamentará a Lei, e os dois últimos artigos tratam das cláusulas de vigência e revogação genérica, respectivamente.

Na justificativa, o autor afirma que os consumidores do DF sofrem com "*práticas comerciais desorganizadas que colocam em risco direitos conquistados*" e discorre sobre o caso de evento recente que envolve *show* com artista de fama nacional, cuja venda de ingressos foi alvo de medidas judiciais e administrativas.

O autor afirma ser necessário, no interesse dos consumidores, atualizar a legislação pertinente ao tema, para resolver conflitos na compra de ingressos.

Não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

É o relatório.

## **II – VOTO DO RELATOR**

Por determinação do art. 66, I, *a* do Regimento Interno desta Casa, compete à Comissão de Defesa do Consumidor analisar o mérito da matéria em pauta quanto às relações de consumo e as medidas de proteção e defesa dos consumidores decorrentes.

Para equilibrar a relação de consumo, frequentemente desigual, entre produtor/distribuidor e os que precisam de produtos e serviços, em favor do consumidor, a Constituição Federal de 1988 estabeleceu a obrigação de o Estado promover, na forma da lei, a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII), também explicitamente estabelecida como um dos princípios da ordem econômica (art. 170, V).

Seguindo essa diretiva, foi aprovada a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o chamado Código de Defesa do Consumidor – CDC, com o objetivo de garantir a proteção ao consumidor, definido na Lei como "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (art. 2º). A outra ponta na relação de consumo é o fornecedor. Conforme o art. 3º da Lei, fornecedor é qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, com ou sem personalidade jurídica, que desenvolva atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.





**CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL**  
Comissão de Defesa do Consumidor



O CDC, em seu art. 6º, estabelece os direitos do consumidor, entre os quais destacamos:

*Art. 6º São direitos básicos do consumidor:*

*I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;*

*II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;*

*III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012)*

*IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;*

..... (grifo nosso)

Sobre a comercialização de ingressos, tema da proposição ora analisada, cabe destacar que o Distrito Federal dispensou especial atenção ao assunto, ao editar a Lei nº 4.849, de 1º de junho de 2012, que dispõe sobre a comercialização de ingressos para eventos culturais, artísticos, esportivos e outras atividades que promovam lazer e entretenimento no âmbito do Distrito Federal.

O autor alega ser necessária a atualização da legislação para fazer frente às novas modalidades de venda: *on-line* ou por meio de aplicativos. Entretanto, escolheu propor nova lei, em vez de alterar o diploma legal em vigor. Para comparar as semelhanças e evidenciar as inovações entre a proposta em comento e a Lei nº 4.849/2012, apresentamos o quadro com o cotejamento.

<b>PL nº 312/2019</b>	<b>Lei nº 4.849/2012</b>
<b>Dispõe sobre o direito de informação dos consumidores e estabelece as diretrizes para a comercialização, presencial e <i>on-line</i>, de ingressos para a realização de eventos no âmbito do Distrito Federal.</b>	<b>Dispõe sobre a comercialização de ingressos para eventos culturais, artísticos, esportivos e outras atividades que promovam lazer e entretenimento no âmbito do Distrito Federal.</b>
<b>Art. 1º</b> Esta Lei dispõe sobre o direito dos consumidores de ter acesso às informações e estabelece diretrizes para comercialização, presencial ou <i>on-line</i> , de ingressos para realização de eventos no âmbito do Distrito Federal.	
<b>Art. 2º</b> Para efeitos desta Lei considera-se evento, a realização de atividades recreativas, sociais, culturais, religiosas, esportivas, institucionais ou promocionais, cuja realização tenha caráter eventual, se dê em local determinado, de natureza pública ou privada, e produza reflexos no sistema viário ou na segurança pública, conforme determina a Lei nº 5.281, de 24 de dezembro de 2013.	
<b>Art. 3º</b> A comercialização de ingressos que promovam eventos no âmbito do Distrito Federal é de competência do organizador, promotor ou responsável pelo evento.	<b>Art. 1º</b> A comercialização de ingressos para eventos culturais, artísticos, esportivos e outras atividades que promovam lazer e entretenimento no âmbito do Distrito Federal é de responsabilidade do organizador do evento. <b>Art. 2º</b> Para o disposto nesta Lei, organizador é a





**CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL**  
Comissão de Defesa do Consumidor



	pessoa física ou jurídica detentora da autorização do Poder Público para a realização do evento.
<b>Art. 4º</b> A comercialização de ingressos poderá ser realizada pela forma presencial nas bilheterias ou em lojas parceiras, bem como na modalidade <i>on-line</i> . <i>Parágrafo único.</i> Considera-se venda <i>on-line</i> aquela realizada por sítios da rede mundial de computadores ou por aplicativos de dispositivos eletrônicos.	
<b>Art. 5º</b> É proibida a venda de ingressos por pessoas físicas ou jurídicas não credenciadas expressamente pelo organizador, promotor ou responsável pelo evento.	<b>Art. 3º</b> É proibida a venda de ingressos por pessoas físicas ou jurídicas não credenciadas expressamente pelo organizador do evento. § 1º O credenciamento de que trata o <i>caput</i> será comprovado mediante certidão. § 2º A certidão de que trata o § 1º deverá ser apresentada sempre que solicitada, além de ser afixada na área externa dos guichês de venda dos ingressos. § 3º Deverá constar da certidão o número do Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ e a assinatura do organizador do evento, logo abaixo da seguinte redação: “O portador deste instrumento está autorizado pelo detentor dos direitos de comercialização do evento a promover a venda de ingressos”.
<b>Art. 6º</b> É direito dos consumidores, na aquisição de ingressos de eventos desportivos, recreativos, sociais, culturais ou que promovam lazer e entretenimento no âmbito do Distrito Federal, sem prejuízo das disposições previstas no Código de Defesa do Consumidor, ter acesso às informações adequadas sobre: I – data, horário e local do evento; II – data, horário e local para aquisição presencial dos ingressos; III – data, horário e endereço virtual dos sítios da rede mundial de computadores ou dos aplicativos de dispositivos eletrônicos oficiais para a aquisição dos ingressos pelo consumidor que, facultativamente, opte por esta forma de aquisição; IV – modalidades de ingressos e seus respectivos valores e formas de pagamento, inclusive taxa de conveniência, quando o consumidor optar pela compra <i>on-line</i> ; V – modalidades de ingressos disponibilizados para a venda presencial e para a venda nos sítios da rede mundial de computadores ou nos aplicativos de dispositivos eletrônicos; VI – documentos necessários para aquisição, cessão dos ingressos, arrependimento da compra, devolução dos valores e entrada nos eventos; VII – a disponibilização de meios para a efetivação da transferência ou cessão dos ingressos a terceiros, inclusive, nos casos de meia-entrada, respeitando-se, nesta hipótese, a complementação do valor, se a cessão ou transferência contemplar pessoa que não usufrua do mesmo benefício; VIII – limitações sobre o tipo de alimentação e de bebidas permitidas ou comercializadas no local, com divulgação prévia, dos itens e valores da comercialização;	





**CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL**  
Comissão de Defesa do Consumidor



IX – a adoção de todas as medidas apropriadas para eliminar a discriminação contra os consumidores que optem pela aquisição presencial dos ingressos.	
<b>Art. 7º</b> Configura infração administrativa punível na forma da desta Lei a venda de ingressos por pessoa física ou jurídica que atue como intermediária entre o organizador, promotor ou responsável pelo evento e o consumidor final, no intuito de obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações. <i>Parágrafo único.</i> Considera-se ganho ilícito, para os efeitos do <i>caput</i> , a venda de ingresso com preço superior ao praticado pelo organizador, promotor ou responsável pelo evento.	<b>Art. 4º</b> Configura infração administrativa punível na forma desta Lei a venda de ingresso por pessoa física ou jurídica que atue como intermediária entre o organizador do evento e o consumidor final, no intuito de obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações. <i>Parágrafo único.</i> Considera-se ganho ilícito, para os efeitos do <i>caput</i> , a venda de ingresso com preço superior ao praticado pelo organizador.
<b>Art. 8º</b> O descumprimento do disposto no art. 3º desta Lei acarretará as seguintes sanções: I – apreensão dos ingressos; II – multa de 5 a 50 vezes o valor do maior ingresso comercializado para o evento.	<b>Art. 5º</b> O descumprimento do disposto no art. 3º desta Lei acarretará as seguintes sanções: I – apreensão dos ingressos; II – multa igual a cem vezes o valor do maior ingresso comercializado para o evento.
<b>Art. 9º</b> A fiscalização quanto ao cumprimento do disposto nesta Lei ficará a cargo do órgão do Poder Executivo competente para fiscalização das atividades urbanas, o qual também lavrará a multa a que se refere o inciso II <sup>1</sup> do art. 5º. § 1º A apreensão dos ingressos será efetuada no momento da abordagem do infrator pela autoridade competente. § 2º Por ocasião da apreensão, a autoridade lavrará termo próprio do qual deverão constar além de outros que identifique as circunstâncias e os comerciantes ilícitos: I – a data e o local do fato; II – a designação do infrator, consignando seu nome, endereço, filiação, número do Registro Geral – RG e do CPF; III – quantidade de ingressos apreendidos. § 3º Os ingressos apreendidos serão armazenados em recipiente apropriado e imediatamente lacrados pela autoridade apreendedora. § 4º Caberá ao Poder Executivo definir a destinação dos ingressos apreendidos.	<b>Art. 6º</b> A fiscalização quanto ao cumprimento do disposto nesta Lei ficará a cargo do órgão do Poder Executivo competente para fiscalização das atividades urbanas, o qual também lavrará a multa a que se refere o inciso II do art. 5º. § 1º A apreensão dos ingressos será efetuada no momento da abordagem do infrator pela autoridade competente. § 2º Por ocasião da apreensão, a autoridade lavrará termo próprio do qual deverão constar: I – a data e o local do fato; II – a designação do infrator, consignando seu nome, endereço, filiação, número do Registro Geral – RG e do CPF; III – a quantidade de ingressos apreendidos. § 3º Os ingressos apreendidos serão armazenados em recipiente apropriado e imediatamente lacrados pela autoridade apreendedora. § 4º Caberá ao Poder Executivo definir a destinação dos ingressos apreendidos.
<b>Art. 10.</b> O Poder Executivo regulamentará a aplicação desta Lei	<b>Art. 7º</b> O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de sessenta dias contados da data de sua publicação.
<b>Art. 11.</b> Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.	<b>Art. 8º</b> Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.
<b>Art. 12.</b> Revogam-se as disposições em contrário.	<b>Art. 9º</b> Revogam-se as disposições em contrário.

Da comparação, fica claro que, embora o autor não tenha mencionado, a base para elaboração do PL em comento foi a Lei no 4.849/2012. O exame do quadro comparativo evidencia que as inovações introduzidas dizem respeito à permissão para venda *on-line* ou por meio de aplicativos, exigência de divulgação de informações de natureza diversa e redução no valor das multas.

Quanto à venda *on-line*, cabe lembrar que essa modalidade de venda ocorre normalmente e, portanto, o art. 4º que estabelece que “a comercialização de

<sup>1</sup> Remissão equivocada, pois o PL não possui incisos no art. 5º.





ingressos poderá ser realizada pela forma presencial nas bilheterias ou em lojas parceiras, bem como pela modalidade "on-line" não é necessário. Além da tradicional venda de ingressos nas bilheterias, a modalidade "on-line" já vem sendo oferecida há anos e representa, em muitos casos, a principal via de aquisição.

Quanto ao art. 6º, que trata das informações ao consumidor, entendemos que os incisos I a III contêm informações imprescindíveis, sem as quais não ocorreria a venda nem o evento. São informações que atendem aos interesses do organizador do evento em primeiro lugar e, portanto, não é preciso consignar em Lei que o organizador deve divulgar data, hora e local do evento, bem como os locais de venda de ingressos.

No que se refere ao inciso IV do art. 6º, não é recomendável fazer constar a possibilidade de cobrança da taxa de conveniência, pois corresponde a regulamentar a dita taxa no DF. Essa cobrança é controversa e, recentemente, o Superior Tribunal de Justiça – STJ decidiu, por unanimidade, que é ilegal exigir taxa de conveniência nas vendas de ingressos de *shows* e eventos pela Internet. Os ministros entenderam que a conveniência de vender ingresso antecipado pela Internet é de quem produz ou promove o evento, e não do consumidor. Logo, repassar esse custo ao consumidor é uma espécie de "venda casada", o que é vedado pela legislação. A decisão vale para todo o território nacional.<sup>2</sup> O inciso IV determina que na aquisição o consumidor seja informado sobre os tipos de ingresso, valores e formas de pagamento. Parece-nos inadequado e desnecessário lei distrital para obrigar a divulgação dos preços e formas de pagamento dos ingressos, pois o CDC estabelece, entre os direitos básicos do consumidor, o seguinte:

*Art. 6º São direitos básicos do consumidor:*

.....

*III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de **quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço**, bem como sobre os riscos que apresentem;*

*IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;*

.....(grifamos)

Quanto à desistência da compra, o consumidor tem até sete dias, contado da data de aquisição ou de entrega do ingresso, para cancelar a compra, conforme o art. 49 do CDC. Cancelamento do evento, mudança no horário da apresentação ou anulação de atrações também dão direito ao consumidor de receber integralmente o valor pago. De acordo com o CDC, um ingresso equivale a um contrato de prestação de serviço, cujo cancelamento dá direito à devolução do dinheiro pago.

O PL determina a divulgação das "limitações sobre o tipo de alimentação e de bebidas permitidas ou comercializadas no local, com divulgação prévia, dos itens e

<sup>2</sup> A matéria pode ser consultada no seguinte endereço eletrônico:

[http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt\\_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias/Not%C3%ADcias/Terceira-Turma-considera-ilegal-cobran%C3%A7a-de-taxa-de-conveni%C3%Aancia-na-venda-de-ingressos-on%E2%80%93line](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias/Not%C3%ADcias/Terceira-Turma-considera-ilegal-cobran%C3%A7a-de-taxa-de-conveni%C3%Aancia-na-venda-de-ingressos-on%E2%80%93line)





**CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL**  
Comissão de Defesa do Consumidor



valores da comercialização". Trata-se de comando inviável. Entendemos que o autor, quando menciona "limitações sobre o tipo de alimentação e de bebidas permitidas", pensou nos consumidores que possuem restrições alimentares decorrentes de condições de saúde.

No entanto, a questão dos alimentos e bebidas já foi tratada em outras ocasiões e os locais de lazer (cinema, teatro e casas de *shows*) que vendem produtos alimentícios, não podem impedir o consumo de produtos similares comprados em outro ponto. A prática é considerada abusiva, segundo o art. 39 do CDC. Obrigar a compra de alimentos e bebidas nesses locais é considerada venda casada. Apoiam tal entendimento decisões proferidas pelo Superior Tribunal de Justiça – STJ em 2007<sup>3</sup> e em 2016<sup>4</sup>. Ou seja, o direito de os consumidores levarem consigo os alimentos e bebidas de que necessitam, quando frequentam *shows*, cinemas e demais eventos, já está garantido pelo CDC e foi reforçado por decisão judicial.

Por último, conforme destacado no quadro comparativo, o autor propõe mudança nas multas aplicáveis. A proposta reduz à metade o valor da multa por venda de ingressos por pessoa não credenciada. A multa passa de 100 vezes o valor do maior ingresso (art. 5º, II, da Lei nº 4.849/2012) para 5 a 50 vezes o valor do maior ingresso, de acordo com o Projeto de Lei nº 312/2019.

Dos dispositivos do PL até aqui analisados, concluímos que não há necessidade ou viabilidade na edição de lei nesses termos. Porém, identificamos que a questão da informação sobre a quantidade de ingressos para venda *on-line* e presencial, bem como o que o autor denominou medidas para eliminação da discriminação contra os consumidores que fazem aquisição dos ingressos presencialmente, são inovações que sugerimos sejam introduzidas na Lei nº 4.849/2012. Nesse sentido, propomos Substitutivo para alterar a referida Lei.

Desse modo, em face do exposto, nosso voto é pela **APROVAÇÃO** na Comissão de Defesa do Consumidor, no mérito, do Projeto de Lei nº 312/2019, na forma do Substitutivo anexo.

Sala das Comissões, em

de 2019.

**DEPUTADO CHICO VIGILANTE LULA DA SILVA**

**Relator**

<sup>3</sup> A decisão pode ser consultada no Recurso Especial Nº 744.602 - RJ (2005/0067467-0), cujo relator foi o Ministro Luiz Fux, no endereço eletrônico:

[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=676248&num\\_registro=200500674670&data=20070322&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=676248&num_registro=200500674670&data=20070322&formato=PDF)

<sup>4</sup> A decisão pode ser consultada no seguinte endereço eletrônico:

[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1510765&num\\_registro=201201325556&data=20160905&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1510765&num_registro=201201325556&data=20160905&formato=PDF)

