

NOTA TÉCNICA
PROCON-PE N° /2020

ASSUNTO:

DIREITO DO CONSUMIDOR - CDC - CARNAVAL - EVENTOS <i>OPEN BAR</i> E <i>OPEN FOOD</i> - CUMPRIMENTO DA OFERTA - INFORMAÇÃO ADEQUADA SOBRE OS FORNECEDORES DOS SERVIÇOS - ACESSIBILIDADE - CAPACIDADE MÁXIMA DO LOCAL DO EVENTO - PROIBIÇÃO DA VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLOCAS PARA MENORES DE DEZOITO ANOS - TAXA DE CONVENIÊNCIA - LOTEAMENTO DOS INGRESSOS - ESTACIONAMENTO DO LOCAL DO EVENTO - CANCELAMENTO/ALTERAÇÃO DE DATA DO EVENTO - CAPACIDADE DO LOCAL
--

JUSTIFICATIVA

Considerando o teor da audiência realizada no dia 13.01.2020, promovida pelo PROCON PERNAMBUCO, na sede da Secretaria de Justiça e Direitos Humanos, presidenciada pelo Secretário de Justiça e Direitos Humanos, o Dr. Pedro Eurico de Barros e Silva, com as empresas produtoras e as responsáveis pela comercialização de ingressos de eventos de carnaval, onde foi acordada a elaboração da presente nota técnica;

Considerando que se faz necessário, em virtude das atribuições legais do PROCON PERNAMBUCO, promover ações com o objetivo de resguardar direitos basilares do consumidor nas relações de consumo, especialmente quando da proximidade dos eventos e prévias carnavalescas que anualmente recebem milhares de pessoas e movimentam o mercado de consumo do Estado de Pernambuco.

Por outro lado, a despeito da motivação da elaboração da presente nota, os entendimentos aqui exarados, têm aplicação geral em casos de realização de *shows* e outros eventos congêneres.

Por esta razão, o PROCON PERNAMBUCO apresenta ao mercado de consumo do Estado, o entendimento dominante do órgão acerca dos principais pontos envolvendo a realização de *shows* e eventos e os direitos dos consumidores.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL:

A presente nota técnica leva em consideração entendimento dominante da doutrina e jurisprudência acerca dos dispositivos do CDC aplicáveis aos casos da venda de ingressos e realização de eventos de lazer voltados ao público em geral, como realização de shows e vendas de camarotes.

Sendo assim, têm-se os principais dispositivos objeto de análise:

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;

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;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

(...)

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação

com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

- I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;
- II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;
- III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

- I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

- I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;
- II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;
- III - transfiram responsabilidades a terceiros;
- IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.

Ressalvas feitas, passemos a análise dos temas:

1. Eventos *Open Bar* e *Open Food* – Cumprimento da Oferta

Nos termos dos mencionados arts. 30 e 31 do CDC toda e qualquer oferta dirigida aos consumidores deve ser realizada de forma ostensiva e clara, e o seu conteúdo efetivado em sua totalidade.

Sendo assim, os eventos que prometem consumo livre de bebida e comida apenas pelo pagamento da entrada devem obedecer ao que fora objeto da publicidade.

Note-se que essa obediência se estende também as marcas dos produtos que serão servidos nos termos do que foi objeto de divulgação.

Outrossim, em muitos dos casos as marcas dos produtos que serão disponibilizados no *bar* no dia do evento é um dos atrativos para os consumidores. O desacordo das marcas ofertadas em relação às efetivamente servidas causa dano indenizável (e consequentemente infração consumerista) conforme jurisprudência:

APELAÇÕES CÍVEIS. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE REPARAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. FESTA DE RÉVEILLON ("OPEN BAR"). ALEGADA PUBLICIDADE ENGANOSA. SENTENÇA DE PARCIAL PROCEDÊNCIA.
(...)
PUBLICIDADE ENGANOSA. FÔLDERES QUE RELACIONAVAM AS BEBIDAS QUE SERIAM SERVIDAS. PRODUTOS ANUNCIADOS NÃO DISPONIBILIZADOS A CONTENTO DURANTE A FESTA. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESSARCIMENTO DO VALOR PAGO PELO INGRESSO NA FESTIVIDADE.
(Apelação Cível n. 0298201-22.2013.8.24.0300, da Capital - Continente Relator: Desembargador Selso de Oliveira. Julgamento: 06/12/2018).

Também é o entendimento de que a oferta dos produtos citados, uma vez tratando-se de *open bar* e *open food* devem estar disponíveis durante todo o evento. De igual modo, não podem violar o que se encontra previsto no art. 18, § 6º.

Para todos os casos, é cediço que o art. 30 do Código de Defesa do Consumidor traduz a eficácia vinculativa, quando determina a integração ao contrato de *toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados*, para evitar a ocorrência de propaganda enganosa nos termos do art. 37.

Ou seja, no dia do evento, caso o consumidor identifique que os produtos veiculados na propaganda não são os mesmos

disponibilizados no serviço efetivo, restará uma das alternativas do art. 35 à sua escolha.

2. Informação adequada acerca dos produtores do evento

Nos termos artigo 6º, III, do CDC, a informação ao consumidor deve ser prestada de forma clara com relação aos seus produtos e serviços inclusive as quantidades, qualidades e preço do que será disponibilizado.

Por esta razão os dados das produtoras e demais componentes da cadeia de consumo devem ser devidamente apresentados no endereço eletrônico onde ocorrem as vendas oficiais das entradas, para que o consumidor identifique o produtor do evento inclusive antes de obter o ticket.

Ainda segundo este entendimento as informações dos realizadores do evento devem estar presentes não apenas nos sítios eletrônicos das terceirizadas que comercializam os ingressos, bem como também nos próprios tickets/ingressos de acesso comercializados.

É necessário informar o número do CNPJ, a razão social das empresas que produzem os eventos, assim como os dados de produtores autônomos, quando for o caso.

3. Acessibilidade do evento

De acordo com as regras da lei federal nº 10.098/00, os eventos voltados ao público devem obedecer a normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida mediante a supressão de barreiras e de obstáculos nas vias e espaços públicos.

Esse acesso deverá ser garantido no mínimo aos ambientes de acesso necessário do consumidor, como por exemplo, no caso dos banheiros, do *bar*, das entradas e saídas do local.

A título de exemplo, cite-se o art. 6º, § 1º: "Os eventos organizados em espaços públicos e privados em que haja instalação de banheiros químicos deverão contar com unidades acessíveis a pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida".

4. Proibição da venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 (dezoito) anos

Sabe-se que a Lei Estadual nº 14.669/2012, que estabelece regras suplementares ao Estatuto da Criança e do Adolescente no que diz respeito à proibição de venda, oferta, fornecimento, entrega e permissão do consumo de bebida alcoólica, ainda que gratuitamente, aos menores de 18 (dezoito) anos de idade, no âmbito do Estado de Pernambuco.

Ou seja, em todos os eventos abordados nesta nota é proibido vender, ofertar, fornecer, entregar e permitir o consumo de bebida alcoólica, ainda que gratuitamente, aos menores de idade implica o dever de cuidado, proteção e vigilância por parte dos empresários e responsáveis pelos estabelecimentos comerciais,

Os fornecedores de produtos ou serviços, seus empregados ou prepostos, que devem, nos termos do art. 3º, I: "afixar avisos da proibição de venda, oferta, fornecimento, entrega e permissão de consumo de bebida alcoólica, ainda que gratuitamente, aos menores de 18 (dezoito) anos, em tamanho e local de ampla visibilidade, com expressa referência a esta Lei e ao art. 243 da Lei Federal nº 8.069, de 1990".

5. Cobrança da Taxa de Conveniência e Loteamento dos ingressos

Com base nos regramentos da Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor é ausente qualquer espécie de conveniência que pudesse, ainda que superficialmente, justificar tal cobrança, quando não disponibilizado local físico para a venda dos bilhetes.

Recentemente, nesta esteira, posicionou-se o Superior Tribunal de Justiça, em decisão datada de 12/03/2019, corroborando o posicionamento aqui exposto:

10. A venda casada "às avessas", indireta ou dissimulada consiste em se admitir uma conduta de consumo intimamente relacionada a um produto ou serviço, mas cujo exercício é restringido à única opção oferecida pelo próprio fornecedor, limitando, assim, a liberdade de escolha do consumidor. Precedentes.

Atualmente, o entendimento majoritário é de que caso os produtores de eventos não disponibilizem local físico para comercialização de ingressos, não há vantagem para o consumidor,



SECRETARIA DE
JUSTIÇA E DIREITOS
HUMANOS



de modo a ficar configurada a venda casada, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;

Ainda com relação à venda de ingressos o PROCON PERNAMBUCO, entende que as organizadoras do evento caso não esclareçam adequadamente os consumidores acerca das especificidades da compra, não cumprem com o dever legal de informação. Nestes casos é necessário informar, no momento das vendas, a quantidade de bilhetes disponíveis para cada lote de ingressos, quando se escolhe esta modalidade de vendas, tampouco o sistema de progressão destes lotes, se por quantidade ou por datas diferentes, uma vez que cada lote de ingressos possui valor diferenciado.

Ademais, incorre em infração consumerista a empresa que inicia A VENDA dos ingressos pela internet e, quando do início das vendas em loja física, já há a mudança do lote ou aumento de valores.

Pelo exposto na sinopse fática, o PROCON/PE, entende que a perpetuação de tais condutas configuram violações diretas aos seguintes dispositivos: Art. 6º, III e IV, Art. 39, I, V e IX e Art. 51, IV, § 1º, III, todos do CDC.

6. Estacionamento no local do evento

Nos termos do artigo 14 do CDC todo fornecedor que causar dano a consumidores será obrigado a indenizar independente da demonstração de culpa.

Por esta razão nos eventos onde houver a disponibilidade de estacionamento para veículos a fornecedora e os produtores são responsáveis por qualquer dano causado aos veículos estacionados bem como a integridade dos objetos nele contidos.

Tal entendimento vai ao encontro da jurisprudência pacificada nos tribunais sobre o tema.

7. Cancelamento/Alteração de data do evento



SECRETARIA DE
JUSTIÇA E DIREITOS
HUMANOS



Também resguardado pela exegese do art. 30 e 31 do CDC, tem-se que sempre que houver alteração da data do evento, a aceitação pela nova data de realização será de livre e espontânea vontade do consumidor. Caso contrário, a este estarão disponíveis as opções do art. 35, e se o consumidor optar pela rescisão do contrato com a devolução do valor pago pelo ingresso, esta deverá ocorrer de modo imediato.

De igual modo, nos casos de cancelamento do evento, a restituição do que foi pago deverá ser imediata, e o consumidor deverá ser integralmente informado de todo o procedimento de devolução.

8. Capacidade do local do evento

Por fim, os produtores devem atender aos requisitos de segurança determinados pelos órgãos competentes, especialmente o Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Pernambuco, mais especificamente no que diz respeito à capacidade máxima do local de realização do evento, em atendimento à prescrição do art. 6, I, do CDC.

CONCLUSÃO

Sendo assim, o PROCON ESTADUAL DE PERNAMBUCO, no uso de suas atribuições manifesta-se nestes termos e concretizará, a começar pela divulgação da apreciada Nota Técnica, amplo esforço de conscientização e averiguação de cumprimento ou não, do teor neste documento referendado.

Recife - PE, 20 de janeiro de 2020.

MARIA DANYELLE SENA
GERENTE DE FISCALIZAÇÃO DO PROCON/PE

Clayton Fernando de Santana Junior
Assessor Jurídico