

NOTA TÉCNICA PROCON-PE N°002/2023

EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR - CDC - **SHOWS E EVENTOS** - LEI ESTADUAL n°14.133/2010 - PORTARIA SDS/PE n°5.854 - LEI ESTADUAL n°17.269/2021 e DECRETO ESTADUAL n°52.005/2021 - CARNAVAL - EVENTOS *OPEN BAR* E *OPEN FOOD* - CUMPRIMENTO DA OFERTA - INFORMAÇÃO ADEQUADA SOBRE OS FORNECEDORES DOS SERVIÇOS - ACESSIBILIDADE - CAPACIDADE MÁXIMA DO LOCAL DO EVENTO - PROIBIÇÃO DA VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS E PRODUTOS FUMÍGEROS PARA MENORES DE DEZOITO ANOS - TAXA DE CONVENIÊNCIA - LOTEAMENTO DOS INGRESSOS - ESTACIONAMENTO NO LOCAL DO EVENTO - CANCELAMENTO/ALTERAÇÃO DE DATA DO EVENTO - CAPACIDADE DO LOCAL

JUSTIFICATIVA

Considerando o teor da audiência preliminar realizada em conjunto com o MPPE, o PROCON Recife, o Corpo de Bombeiros, a APEVISA, as empresas produtoras e as responsáveis pela comercialização de ingressos de eventos de carnaval no Estado de Pernambuco, promovida pela 16ª PJCON do MPPE, na sede do MPPE, presidida pelo Promotor de Justiça Dr. Maviael, onde foi acordada a elaboração da presente nota técnica visando alinhar as condutas a serem realizadas pelos fornecedores no carnaval de 2024;

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 das festas de final de ano e dos eventos e prévias carnavalescas que anualmente recebem milhares de pessoas e movimentam o mercado de consumo do Estado de Pernambuco;

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

Considerando que nosso Estado contém **legislação própria** para **Shows e Eventos**, quais sejam: o CDC Estadual na seção XXII, arts. 150 a 153; a Lei Estadual nº14.133/2010, a Portaria SDS/PE nº5.854, a Lei Estadual nº17.269/2021 e o Decreto Estadual que a regulamenta nº52.005/2021 c/c quaisquer outras normas aplicáveis ao caso.

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*, eventos e similares e os direitos dos consumidores.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL:

1. 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*, eventos, similares e vendas de camarotes, bem como toda a legislação pertinente, dentre elas o CDC Federal, Portaria nº3/2001 da SDE/MJ, o CDC Estadual, em especial a seção XXII, arts. 150 a 153; a Lei Estadual nº14.133/2010; a Portaria SDS/PE nº5.854; a Lei Estadual nº17.269/2021 e o Decreto Estadual que a regulamenta nº52.005/2021, Decreto nº19.644/97; Lei nº11.771 - Lei Geral de Turismo; a Lei nº6.533 que trata da regulamentação de artistas e técnicos em espetáculos; a Lei nº8.616 que trata do uso de espaço público, a Lei Federal nº12.933 que trata da política da meia-entrada; a Lei nº9.610 que trata do direito autoral e taxa ECAD; a Lei nº10.098 da acessibilidade; o Estatuto da Criança e do Adolescente; as normas pertinentes a liberação de alvará por parte das prefeituras e do corpo de bombeiros onde será realizado e quaisquer outras normas aplicáveis ao caso específico, bem como a Portaria GAB-SENACON/MJSP nº35 de 18 de novembro de 2023, que estabelece estratégias destinadas à proteção da saúde dos consumidores em *shows*, festivais e quaisquer eventos de grandes proporções, e dá outras providências.
2. Sendo assim, enalteceremos expressamente os principais dispositivos do CDC Federal 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;
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, inclusive deve ser acessível à pessoa com deficiência;
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;
V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;
VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

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. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

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. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

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.

...

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

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

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

...

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo.

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.

...

X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;

3. E temos ainda, os principais dispositivos do CDC Estadual que tratam especificamente dos *Shows* e Eventos na Seção XXII:

Seção XXII **Shows e Eventos**

Art. 150. Os *shows* e eventos culturais, artísticos ou desportivos realizados no Estado de Pernambuco, com venda de ingressos ou bilhetes, sem prejuízo de outros dispositivos aplicáveis, atenderão ao disposto nesta Seção.

Art. 150-A. É vedada a cobrança diferenciada de valores por ingresso ou bilhete, **em virtude unicamente do gênero do consumidor.**

Art. 151. É obrigatória a divulgação do tempo de duração estimado do *show* ou evento.

§ 1º Caso o *show* ou evento compreenda a apresentação de mais de um artista ou grupo, é obrigatória a divulgação do tempo estimado de cada atração.

§ 2º As informações de que trata este artigo deverão constar em uma das faces dos ingressos e no material publicitário utilizado para a divulgação do *show* ou evento, tais como panfletos, *outdoors*, faixas e painéis.

§ 3º Considera-se infração ao disposto neste artigo os casos em que a duração do *show* ou evento tenha sido inferior a 70% (setenta por cento) do tempo divulgado, salvo se decorrente de força maior ou de outro acontecimento imprevisível.

Art. 152. É obrigatória a divulgação antecipada do cancelamento do show ou evento nos mesmos meios de publicidade utilizados para a divulgação, com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas.

§ 1º É direito do consumidor, em caso de cancelamento do show ou evento, a **IMEDIATA devolução do valor integral do ingresso ou bilhete, com os encargos eventualmente cobrados.**

§ 2º Em caso de inobservância do prazo disposto no caput, o valor integral de devolução do ingresso ou bilhete de que trata o §1º será acrescido de 50% (cinquenta por cento).

§ 3º O disposto no §2º não se aplica aos cancelamentos decorrentes de força maior ou outro acontecimento imprevisível, ocorrido nas 72 (setenta e duas) horas anteriores ao início do show ou evento, hipótese em que será devida a devolução simples do valor do ingresso ou bilhete.

Art. 153. O fornecedor sujeito às disposições desta Seção deve afixar, na entrada do show ou evento, cartaz contendo informações sobre a empresa contratada para prestar serviços de segurança privada, com os seguintes dados:

I - razão social, número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), endereço e telefone da empresa de segurança privada; e

II - número do Alvará de Autorização de Funcionamento ou do Alvará de Revisão de Autorização de Funcionamento da empresa de segurança privada, emitido pelo Departamento de Polícia Federal.

§ 1º As informações mencionadas neste artigo também serão disponibilizadas por meio digital, caso o fornecedor utilize mídias sociais, aplicativos, sites e similares para a divulgação do show ou evento.

4. É importante ressaltar que ainda existem outras normas gerais estaduais referentes a regularização dos fornecedores em eventos e shows, tais como a Lei Estadual nº14.133/2010; a Portaria SDS/PE nº5.854; a Lei Estadual nº17.269/2021 e o Decreto Estadual que a regulamenta nº52.005/2021, Decreto nº19.644/97; Lei nº11.771 - Lei Geral de Turismo; a Lei nº6.533 que trata da regulamentação de artistas e técnicos em espetáculos; a Lei nº8.616 que trata do uso de espaço público, a Lei Federal nº12.933 que trata da política da meia-entrada; a Lei nº9.610 que trata do direito autoral e taxa ECAD; a Lei nº10.098 da acessibilidade; o Estatuto da

criança e do Adolescente; as normas pertinentes a liberação de alvará por parte das prefeituras e do corpo de bombeiros onde será realizado e enfim todas e quaisquer normas aplicáveis a regularização das empresas e produtoras para a realização dos *shows* e eventos conforme cada caso específico, às quais deverão conhecer e obedecer.

5. Inobstante as normas consumeristas específicas, devem os fornecedores tomar conhecimento dos demais dispositivos legais que deverão cumprir, no Estado de Pernambuco, para que seus *shows* e eventos estejam dentro da legalidade neste Estado, para tanto orientamos que busquem também informações aos órgãos pertinentes, em especial, a Agência Pernambucana de Vigilância Sanitária - APEVISA, através de seus canais diretos ou de seu site <https://www.apevisa.pe.gov.br/>, o Corpo de Bombeiros da Polícia Militar de Pernambuco - CBPM/PE, através de seus canais diretos ou de seu site www.bombeiros.pe.gov.br, e, no caso de necessidade de solicitação de policiamento, a Secretaria de Defesa Social - SDS/PE, através de seus canais diretos ou de seu site <https://www.sds.pe.gov.br/>, devendo se regular no prazo legal e antes da data do evento ou *show*.
6. Ressalvas feitas, passemos a análise dos temas:

I. Eventos Open Bar e Open Food - Cumprimento da Oferta

7. 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.
8. 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 que deverá especificar claramente tudo que está incluso.
9. Note-se que essa obediência se estende também as marcas dos produtos que serão servidos nos termos do que foi objeto de divulgação.
10. 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, conseqüentemente, infração consumerista, conforme consta na 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).

11. 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, que trata dos produtos impróprios ao uso e consumo.
12. No caso de oferta de alimentos, especialmente em forma de **open food** os mesmos deverão ser claramente nomeados, identificados, como uma espécie de cardápio, devendo conter os ingredientes que cada prato contém para que o consumidor saiba o que está ingerindo, e não consuma acidentalmente algo que por ventura tenha alergia, visando obedecer o disposto no art. 31 do CDC, bem como deverá ser amplamente divulgado visto ser também um dos atrativos, inclusive e, especialmente, obedecendo a todas as normas de manuseio, higiene, limpeza e distribuição determinadas pela ANVISA e APEVISA.
13. É mister ressaltar que nos casos de utilização de **bares ou restaurantes** dentro do evento ou *show* os mesmos deverão obedecer as normas legais referentes aos bares e restaurantes, bem como o estabelecido na nota técnica, referente a atividade de bares e restaurantes que encontra-se em nosso site: www.procon.pe.gov.br.
14. 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.
15. 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.

II. Informação adequada acerca dos produtores do evento

16. 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.
17. 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.
18. 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.
19. 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.

III. Acessibilidade do evento

20. 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.
21. 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.
22. 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".
23. Bem como, conforme o § 2º do art., 6º da Lei Federal nº10.098/00, estabelece que "O número mínimo de banheiros químicos acessíveis, a pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, corresponderá a 10% (dez por cento) do total, garantindo-se pelo menos 1 (uma) unidade acessível

caso a aplicação do percentual resulte em fração inferior a 1 (um).”

24. Ressalte-se que se o evento vier a disponibilizar estacionamento, deverá reservar as vagas mais próximas da entrada do evento, nos termos do art. 7º e seu parágrafo único, para veículos que transportem pessoas portadoras de deficiência com dificuldade de locomoção, conforme dispõe:

Art. 7º. Em todas as áreas de estacionamento de veículos, localizadas em vias ou em espaços públicos, deverão ser reservadas vagas próximas dos acessos de circulação de pedestres, devidamente sinalizadas, para veículos que transportem pessoas portadoras de deficiência com dificuldade de locomoção.
Parágrafo único. As vagas a que se refere o *caput* deste artigo deverão ser em número equivalente a dois por cento do total, garantida, no mínimo, uma vaga, devidamente sinalizada e com as especificações técnicas de desenho e traçado de acordo com as normas técnicas vigentes.

IV. Da Classificação Etária

25. De acordo com o ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente), **é proibida a entrada de menores de 18 anos em casas noturnas e festas com bebidas alcoólicas**, sendo considerado **CRIME** “vender, fornecer ou entregar à criança ou adolescente produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica”.
26. Por isso, devem os fornecedores instituir a classificação etária do seu evento e na portaria, é essencial fazer a conferência dos documentos de identidade de todos os participantes, impedindo que pessoas abaixo de 18 anos entrem no evento, se for o caso.
27. Em alguns casos, a entrada de menores de 18 anos passa a ser permitida desde que eles estejam acompanhados por seus respectivos responsáveis legais.

V. Proibição da venda de bebidas alcoólicas e de produtos fumíferos para menores de 18 (dezoito) anos.

28. Sabe-se que a Lei Estadual nº 14.669/2012, que estabelece regras suplementares ao Estatuto da Criança e do Adolescente em seu art. 1º que estabelece a 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.

29. 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 pois implica no dever de cuidado, proteção e vigilância por parte dos empresários e responsáveis pelos estabelecimentos comerciais, fornecedores de produtos ou serviços, seus empregados ou prepostos.
30. Desta feita, os empresários e responsáveis pelos estabelecimentos comerciais, fornecedores de produtos ou serviços, seus empregados ou prepostos, em virtude do dever acima descrito, devem, nos termos do art. 3º e seus incisos:

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, que deverão ser afixados em número suficiente para garantir sua visibilidade na totalidade dos respectivos ambientes;

II - utilizar mecanismos que assegurem, no espaço físico onde ocorra venda, oferta, fornecimento, entrega ou consumo de bebida alcoólica, a integral observância ao disposto nesta Lei deverão exigir documento oficial de identidade, a fim de comprovar a maioridade do interessado em consumir bebida alcoólica e, em caso de recusa, deverão abster-se de fornecer o produto; e

III - zelar para que nas dependências de seus estabelecimentos comerciais não se permita o consumo de bebidas alcoólicas por pessoas menores de dezoito anos.

31. Vale salientar que os estabelecimentos também devem fazer cumprir a Lei Federal nº 9.294/96, em seu art. 2º, que proíbe o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, **INCLUINDO os atualmente conhecidos como "CIGARROS ELETRÔNICOS" e/ou similares**, em recinto coletivo fechado, privado ou público.
32. É **PROIBIDO inclusive a PROPAGANDA, COMERCIALIZAÇÃO, FORNECIMENTO, DISPONIBILIZAÇÃO, OFERTA, VENDA, ENTREGA E PERMISSÃO DE USO À MENORES DE DEZOITO ANOS**, ainda que GRATUITAMENTE, de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do

tabaco, **INCLUINDO os atualmente conhecidos como "CIGARROS ELETRÔNICOS" e/ou similares** nos termos do art. 3º-A da mesma Lei, devendo os fornecedores afixarem cartazes em locais visíveis, sob pena de responsabilização.

33. Ressalte-se que a lei estabelece ainda que "Cabe aos empresários e responsáveis pelos estabelecimentos comerciais e aos seus empregados ou prepostos **comprovar à autoridade fiscalizadora, quando por esta solicitado, a idade dos consumidores que estejam fazendo uso de bebidas alcoólicas, cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, INCLUINDO os atualmente conhecidos como "CIGARROS ELETRÔNICOS" e/ou similares nas suas dependências,** portanto, não podem se eximir de ter o cuidado e a diligência de não realizar tal conduta.

VI. **Obrigatoriedade no fornecimento de ilhas de água**

34. Com base nos regramentos da Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor e da Portaria GAB-SENACON/MJSP nº35 de 18 de novembro de 2023, que estabelece estratégias destinadas à proteção da saúde dos consumidores em shows, festivais e quaisquer eventos de grandes proporções, e dá outras providências.

35. As empresas responsáveis pela produção dos eventos deverão:

I - garantir o acesso gratuito de garrafas de uso pessoal, contendo água para consumo no evento, devendo disponibilizar bebedouros ou realizar distribuição de embalagens com água adequada para consumo, mediante a instalação de "ilhas de hidratação" de fácil acesso a todos os presentes, em qualquer caso sem custos adicionais ao consumidor;

II - garantir que tanto os pontos de venda de comidas e bebidas quanto os pontos de distribuição gratuita de água estejam dispostos em regiões estratégicas do local evento a fim de facilitar o acesso pelos consumidores, consideradas a estrutura física e a quantidade estimada de participantes; e

III - assegurar espaço físico e estrutura necessária para assegurar o rápido resgate de participantes do evento, em caso de intercorrências relacionadas à saúde e demais situações de perigo.

Parágrafo único. A produção deverá assegurar o acesso gratuito de garrafas, contendo água potável para consumo pelos consumidores, devendo fixar os materiais de que tais

recipientes podem ser compostos, a fim de garantir a segurança e a integridade física dos participantes.”

VII. Cobrança da Taxa de Conveniência e Loteamento dos ingressos

36. 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.

37. 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.

38. 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, 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:

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

(...)

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;

39. 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.

40. 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 realiza de imediato a mudança do lote ou aumento de valores.
41. Pelo exposto na sinópsse fática, o PROCON/PE entende que a perpetuação dessas condutas configura violação direta aos seguintes dispositivos: Art. 6º, III e IV, Art. 39, I, V e IX e Art. 51, IV, § 1º, III, todos do CDC, passíveis de punibilidade.

VIII. Direito a meia-entrada

42. Com base na Lei nº12.933/2013 que dispõe sobre o benefício do pagamento de meia-entrada, o acesso a **salas de cinema, cineclubes, teatros, espetáculos musicais e circenses e eventos educativos, esportivos, de lazer e de entretenimento, em todo o território nacional**, promovidos por quaisquer entidades e realizados em estabelecimentos públicos ou particulares, mediante **pagamento da metade do preço do ingresso efetivamente cobrado do público em geral**, faz-se necessário alertar aos empresários e produtores a necessidade de transparência no cumprimento desta norma e seu Decreto regulamentador de nº8.537/2015.
43. Esta norma assegura esse direito aos estudantes; idosos; pessoas com deficiência, inclusive seu acompanhante quando necessário, sendo que este terá idêntico benefício no evento em que comprove estar nessa condição, incluindo-se aí todos os equiparados a deficientes, tais como os autistas por disposição legal; e aos jovens de 15 a 29 anos de idade, comprovadamente carentes, ou seja, de baixa renda, inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) e cuja renda familiar mensal seja de até 2 (dois) salários mínimos.
44. Entretanto, é importante esclarecer que esse benefício **não será cumulativo com quaisquer outras promoções e convênios** e, também, **não se aplica ao valor dos serviços adicionais** eventualmente oferecidos em camarotes, áreas e cadeiras especiais.
45. Ressalte-se que a concessão do direito ao benefício da meia-entrada **é assegurada em 40% (quarenta por cento) do total dos ingressos disponíveis para cada evento**, e as produtoras dos eventos deverão disponibilizar com

transparência o cumprimento desta regra conforme dispõe a lei com o número total de ingressos e o número de ingressos disponíveis aos usuários da meia-entrada, em todos os pontos de venda de ingressos, de forma visível e clara; e o aviso de que houve o esgotamento dos ingressos disponíveis aos usuários da meia-entrada em todos os pontos de venda de ingressos, de forma visível e clara, quando for o caso.

IX. Estacionamento no local do evento

46. Nos termos do artigo 14 do CDC todo fornecedor que causar dano a consumidores será obrigado a indenizar independente da demonstração de culpa.
47. 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.
48. Tal entendimento vai ao encontro da jurisprudência pacificada nos tribunais sobre o tema.

APELAÇÃO - AÇÃO INDENIZATÓRIA - DANOS MORAIS E MATERIAIS - FURTO DE PERTENCES NO VEÍCULO EM ESTACIONAMENTO DE EVENTO - RESPONSABILIDADE OBJETIVA - DEVER DE GUARDA - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - ACUIDADE DA SENTENÇA. - Apesar de a atividade-fim do réu não ser a de guarda de veículos, o mercado, ao colocar tal espaço à disposição dos clientes, assumiu os riscos de eventuais danos. Nesse sentido, aliás, o C. Superior Tribunal de Justiça editou enunciado da súmula nº 130 : "A empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorridos em seu estabelecimento." - Dever assumido, inclusive, quanto aos pertences, notável a violação da incolumidade do patrimônio do autor; - Danos materiais bem fixados em virtude da prova exaustiva dos prejuízos experimentados - artigo 402 , do Código Civil . Danos morais decorrentes da frustração do dever de segurança insito ao serviço oferecido e pelo périplo na satisfação de seus direitos - inteligência dos artigos 186 e 927 , do Código Civil . Danos morais razoavelmente fixados, compatíveis com os paradigmas jurisprudenciais e com a extensão do dano (art. 944 , do Código Civil); - Manutenção da decisão por seus próprios e bem lançados fundamentos - artigo 252 do Regimento Interno do Tribunal de Justiça de São Paulo. RECURSO IMPROVIDO.

49. Repita-se aqui, o exposto no item da acessibilidade, que determina a necessidade de reservar as vagas mais próximas da entrada do evento para veículos que transportem pessoas com deficiência ou com dificuldade de locomoção, nos termos do art. 7º e seu parágrafo único, da Lei Federal nº 10.098/00.

X. Cancelamento/Alteração de data do evento

50. Também resguardado pela exegese do art. 30 e 31 do CDC c/c Art. 152 e seus parágrafos do CDC Estadual, 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.
51. De igual modo, nos casos de cancelamento do evento, a restituição do que foi pago deverá ser **IMEDIATA**, com os encargos eventualmente cobrados, e o consumidor deverá ser integralmente informado de todo o procedimento de devolução.
52. Além do que, é obrigatória a divulgação antecipada do cancelamento do *show* ou evento, nos mesmos meios de publicidade utilizados para a divulgação, **com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas**, conforme dispõe o art. 152 do CDC Estadual.

XI. Prevenção à tumultos e confusões

53. Quando da oferta de seus produtos ou serviços, deverão os produtores primar pela organização do mesmo de tal forma a facilitar ao máximo a forma de entrega ou troca dos *vouchers* ou bilhetes, bem como de entrada, com o fim de evitar tumultos e confusões nas possíveis trocas ou entradas dos eventos.
54. Deverão disponibilizar, inclusive, espaço suficiente e compatível com o volume de público previsto para o evento ou *show*, evitando assim que ocorram problemas de tal monta que possa vir a responder pelos danos físicos, psicológicos, morais, materiais e estéticos que por ventura possam sofrer os consumidores.
55. É necessário os produtores e promotores de eventos e *shows* adquirirem a cultura da prevenção aos danos e da legalidade em sua atuação no mercado de consumo.

XII. Capacidade do local do evento

56. 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. 6º, I, do CDC.
57. Com o fim de preservar a segurança dos consumidores deverão também solicitar à Secretaria de Defesa Social - SDS/PE, o reforço do policiamento na localidade do evento, conforme as normas pré-estabelecidas pela própria SDS/PE, para isso consultar com antecedência a mesma.

CONCLUSÃO

58. 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, 29 de dezembro de 2023.

HUGO SOUZA
GERENTE GERAL DO PROCON/PE

CARLOS CAVALCANTI
GERENTE JURÍDICO DO PROCON/PE

CATARINA STAMFORD DA SILVA
ASSESSORA JURÍDICA DA GERÊNCIA GERAL
DO PROCON/PE