

Identificação do processo Nº 19.16.0461.0035754/2020-49

Parecer nº 21/2021 - PGJMG/PROCON-MG/SECP/ASJUP

PAAF nº 0024.20.013452-6 SEI Nº 19.16.0461.0035754/2020-49

ASSUNTO: Solicitação de parecer sobre a cobrança de taxa de conveniência na venda on-line de ingressos para shows e eventos

EMENTA: venda de ingressos - comércio eletrônico - ainda que por terceiro, distinto do produtor do evento - cobrança de taxa de conveniência dos consumidores pela simples disponibilização de ingressos on-line configura venda casada - violação da boa-fé objetiva - Código de Defesa do Consumidor, art. 39, inciso I e IX - se insere dentro dos custos do produtor do evento - independentemente de haver ou não o ponto físico de venda - vantagem manifestamente excessiva do consumidor dupla remuneração/lucro, pela prestação de um único serviço, no caso evento (CDC, art. 51, III) - acórdão transitado em julgado STJ - validade da intermediação mediante cobrança de "taxa de conveniência" - só há abusividade se descumprido o dever de informação na fase pré contratual - destaque do valor da "taxa de conveniência"

1. DOS FATOS

Trata-se de consulta encaminhada pela 1ª Promotoria de Justiça da Comarca de Teófilo Otoni, solicitando parecer sobre a legalidade da cobrança de taxa de conveniência na venda on-line de ingressos para shows e eventos.

Na folha 2, através de uma denúncia anônima, a promotoria de justiça foi informada que a empresa Ticket e Arena Premium Eireli cujo nome fantasia é "Ticket Premium" estaria praticando uma conduta abusiva, pois estava cobrando taxa de conveniência em venda de ingressos online - conduta essa que infringiria o art.39, inciso V, da Lei Federal nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) e o art. 12, inciso, VI do Decreto Federal nº 2.181/97.

Após ser notificada pelo Ministério Público, como pode ser visto nas folhas 11 e 12 a empresa apresentou a sua defesa nas folhas 14 a 18.

Na defesa apresentada, a empresa alegou que não estava fazendo nenhuma cobrança ilegal, uma vez que foi definido pelo STJ que a taxa de conveniência não poderia ser cobrada em casos em que a única forma de venda de ingresso fosse online. Segundo a fornecedora, esse fato não ocorre no caso em tela, uma vez que o consumidor poderia adquirir o ingresso nas lojas físicas Polo Wear e Polo Brands. A empresa também esclareceu que no site existia uma nota explicando o motivo da cobrança da taxa de conveniência. É o breve relatório. Passa-se à análise da questão.

2. DOS FUNDAMENTOS

2.1 Do Conceito

Taxa de conveniência é a cobrança de um valor, distinto do preço do ingresso do evento, feita

por um terceiro contratado pelo produtor do evento, para realizar as vendas via comércio eletrônico, e que remunera a sua atividade, pela comodidade/benefício adicional supostamente gerados ao consumidor, se comparada à venda física, ou seja, na bilheteria, onde o valor não é cobrado.

2.2 Do pacto federativo: poder de polícia e competência concorrente

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), tal como ocorre na República Federativa do Brasil, é formado pela união de órgãos públicos federal, distrital, estaduais e municipais de defesa do consumidor, além das entidades civis, todos autônomos, na forma prevista na Constituição Brasileira. Nesse sentido, os artigos 105 da Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), e 2º do Decreto Federal nº 2.181/1997:

Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

Art. 2º. Integram o SNDC a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e os demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades civis de defesa do consumidor.

Sabe-se que a defesa do consumidor, pela relevância que tem, é, ao mesmo tempo, direito fundamental do ser humano e princípio da ordem econômica, daí porque a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, por seus órgãos públicos, devem promovê-la, em estrita obediência aos princípios, objetivos e regras estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor.

Assim agindo, os órgãos públicos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), representando as suas entidades políticas, participam do federalismo de cooperação, coordenando os diversos níveis que compõem os sistemas (nacional, estadual, distrital e municipal), sem hierarquia ou subordinação, pois detêm tríplex autonomia, ou seja, política, administrativa, e legislativa, para o exercício de suas funções concorrentes.

É o que dispõe a Constituição Federal:

“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (art. 5º).

“O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor” (CF, ADCT, art. 48).

“Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: V - produção e consumo; VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (CF, art. 24).

“A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor” (art. 170).

E o magistério de FERNANDA DIAS MENEZES DE ALMEIDA, “Além de partilhar entre os diversos entes federativos certas competências exclusivas, que cada um exerce sem a participação dos demais, o constituinte demarcou uma área de competências exercitáveis conjuntamente, em parceria, pelos integrantes da Federação, segundo regras preestabelecidas.

Trata-se da competência concorrente, assim tradicionalmente denominada porque, relativamente a uma só matéria, concorre a competência de mais um ente político.

Tendo adotado em relação às competências concorrentes o mesmo tratamento dado às competências privativas da União, separou o constituinte, no artigo 23, competências gerais ou de execução cometidas à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios, e, no artigo 24, competências legislativas atribuídas à União, aos Estados e ao Distrito Federal. Adiante, no artigo 30, II, dispôs ainda sobre a competência legislativa concorrente para nela integrar os Municípios.

A competência material do artigo 23 foi designada como competência “comum”, termo que, no caso, tem o mesmo sentido de concorrente. Haverá concorrência de atuação nas matérias que o dispositivo arrola. O que o constituinte deseja é exatamente que os Poderes Públicos em geral cooperem nas tarefas e objetivos enunciados.

Como diz PAULO LUIZ NETO LOBO (1989:100), na “competência comum ocorre uma descentralização de encargos em matéria de grande relevância social, que não podem ser prejudicadas por questões de limites e espaços de competência”.

Convocam-se, portanto, todos os entes políticos para uma ação conjunta e permanente. São eles, por assim dizer, chamados à responsabilidade diante de obrigações que cabem a todos.

É como registra ANNA CÂNDIDA DA CUNHA FERRAZ (1986:67): “Nota-se, no modo de enunciar essas competências (‘zelar’, ‘cuidar’, ‘proteger’), além do tom imperativo, certo caráter pedagógico. Cuida o texto de ‘lembrar’ que cada esfera de poder público tem deveres a cumprir para concretizar as atribuições e competências que o constituinte federal lhes confere” (COMPETÊNCIAS NA CONSTITUIÇÃO DE 1988, pág. 129).¹

A respeito do poder de polícia e a **competência concorrente das entidades políticas**, o Código de Defesa do Consumidor assim estabelece:

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, **em caráter concorrente** e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços **e o mercado de consumo**, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

O Superior Tribunal de Justiça, em 2015 e 2016, reconheceu o poder de polícia dos Procons, no sentido da aplicação de sanções administrativas, bem como frisou a competência concorrente de tais órgãos:

PROCESSUAL CIVIL. ART 56 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. EMBARGOS À EXECUÇÃO FISCAL. SANÇÃO ADMINISTRATIVA. MULTA. COMPETÊNCIA DO PROCON.

1. O entendimento do Tribunal de origem, de que o Procon não possui competência aplicar multa em decorrência do não atendimento de reclamação individual, não está em conformidade com a orientação do STJ.
2. As sanções administrativas representam um dos mais eficazes instrumentos do Código de

Defesa do Consumidor – CDC. Destituídos do poder sancionatório, os Procons transformam-se em meras entidades registradoras de reclamações, obrigando os consumidores e seus representantes (Ministério Público, Defensoria) a buscarem amparo judicial, sobrecarregando ainda mais o Poder Judiciário.

3. O rol de sanções do art. 56 do CDC pode ser aplicado pelos órgãos de defesa do consumidor da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Todas se fundam no poder de polícia de que são titulares os Procons, pouco importando se a reclamação vem de um único ou de milhares de consumidores. Bom lembrar que à Administração incumbe inclusive atuar de ofício, na ausência de qualquer protesto de consumidor, até porque, sabe-se, o fornecedor-infrator muito confia na passividade e desconhecimento dos consumidores, sobretudo quando os valores envolvidos, tomados isoladamente, são de pequena monta.

4. Se, no que tange ao poder sancionatório dos órgãos de defesa do consumidor, o CDC não traz distinção quantitativa, bastando somente que a conduta questionada se ajuste ao tipo administrativo, descabe ao Judiciário fazê-lo a pretexto de usurpação de competência a si reservada. A ser diferente, o microsistema consumerista seria o único a impedir o sancionamento administrativo por infração individual, restringindo-o às hipóteses de lesão coletiva.

5. Não se deve confundir legitimação para agir na Ação Civil Pública e atuação sancionatória da Administração Pública. O poder de polícia justifica-se diante tanto de violações individuais quanto de massificadas. A repetição simultânea ou sucessiva de ilícitos administrativos e o número maior ou menor de vítimas mostram-se relevantes apenas na dosimetria da pena a ser imposta, como circunstância agravante, nunca como pressuposto da própria competência do Procon.

6. Recursos Especiais providos.

(REsp 1.502.881/SC, Rel. Exmo. Sr. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 26/05/2015, DJe 26/11/2019) (grifo nosso)

PROCESSUAL CIVIL. MULTA DO PROCON MUNICIPAL. QUANTUM ARBITRADO. MATÉRIA NÃO PREQUESTIONADA. APLICAÇÃO, POR ANALOGIA, DA SÚMULA 282/STF. REEXAME DE MATÉRIA FÁTICA. SÚMULA 07/STJ. COMPETÊNCIA DO PROCON. ATUAÇÃO DA ANATEL. COMPATIBILIDADE. LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ. SÚMULA 07/STJ.

1. Não houve o devido prequestionamento dos artigos 17, 24, 25, 26, e 28 do Decreto n. 2.181/97, e 57, do CDC, nem tampouco da tese trazida no recurso especial em relação ao quantum arbitrado na multa aplicada. Desta forma, o recurso especial não ultrapassa o inarredável requisito do prequestionamento em relação à referida norma (557, §1º), do CPC Incidência, por analogia, da Súmula n. 282 do Supremo Tribunal de Federal.

2. E, mesmo se assim não fosse, a discussão acerca da proporcionalidade da multa aplicada, justamente tendo em conta o que dispõe o art. 57 do CDC, encontra obstáculo a seu conhecimento com fundamento no verbete sumular referido, pois a aferição, no caso concreto, dos parâmetros de condenação não pode ser feita sem análise de fatos e provas.

3. A análise referente aos pressupostos caracterizadores da litigância de má-fé, com o fim de reformar conclusão obtida pelo acórdão recorrido, implica o revolvimento de matéria fático probatória, o que é vedado nesta seara recursal, ante o óbice da Súmula 7/STJ.

4. O entendimento do Tribunal recorrido, no sentido de que **o Procon tem poder de polícia para impor multas decorrentes de transgressão às regras ditadas pela Lei n. 8.078/90, está em sintonia com a jurisprudência do STJ**, pois sempre que condutas praticadas no mercado de consumo atingirem diretamente os consumidores, **é legítima a atuação do**

Procon para aplicar as sanções administrativas previstas em lei, decorrentes do poder de polícia que lhe é conferido. Acresça-se, para melhor esclarecimento, que a atuação do Procon não inviabiliza, nem exclui, a atuação da Agência reguladora, pois esta procura resguardar em sentido amplo a regular execução do serviço público prestado.

5. Recurso especial parcialmente conhecido e, nesta parte, não provido.

(REsp 1.178.786/RJ, Rel. Exmo. Sr. Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, SEGUNDA TURMA, julgado em 16/12/2010, DJe 08/02/2011) (grifo nosso)

É, portanto, com base na autonomia dos entes políticos – dos quais os órgãos públicos distrital, estaduais e municipais de defesa do consumidor são integrantes – no federalismo de cooperação, e no exercício do poder de polícia concorrente, que o tema deve ser analisado.

A Secretaria Nacional do Consumidor, a propósito, embora coordene o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), não exerce um poder hierárquico sobre os seus integrantes, daí porque a política que possa adotar, por exemplo, ao editar notas técnicas, sendo unilateral, e não observando o devido processo de participação e deliberação, não pode vincular as demais instituições que lidam com a defesa do consumidor, a saber: a) Associações Civas; b) Defensorias Públicas; c) Delegacias de Polícia; d) Juizados Especiais; e) Promotorias de Justiça; e) Procons.

Esta é a razão pela qual o Código de Defesa do Consumidor dispõe:

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I - planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor;

Quer dizer: cabe à SENACON **propor** a política nacional de proteção e defesa do consumidor, para discussão e deliberação com os órgãos públicos e entidades civis integrantes do SNDC, e não defini-la unilateralmente.

Nesse sentido, conclui-se, de início, que a Nota Técnica nº 09/2019, da Secretaria Nacional do Consumidor, não tendo sido discutida e aprovada pelos órgãos e entidades civis do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, não pode vinculá-los, o que é o caso, também, do Procon-MG.

2.3. Nota Técnica nº 9/2019, da Secretaria Nacional do Consumidor/Ministério da Justiça e Segurança Pública

Conforme se verá neste parecer, não obstante tenha o fornecedor “Blueticket” (BT Mediação de Pagamentos Ltda.) apresentado a Nota Técnica nº 9/2019, da SENACON, para sustentar, em sua defesa, a legalidade da cobrança de taxa de conveniência, entendimento esse em consonância com posterior acórdão do STJ (novembro de 2020), há fundamentação em contrário na legislação vigente.

Salienta-se que a conclusão da Nota Técnica citada não afasta totalmente a abusividade da taxa de conveniência, pois se exige alguns requisitos para que a sua cobrança seja permitida, como se verifica da análise de suas conclusões:

"Diante do exposto, pode ser concluído que a contratação de taxa de conveniência em conjunto com ingressos para eventos culturais, show, cinemas, espetáculos etc. inclui-se no espectro da

liberdade contratual entre fornecedores e consumidores – não podendo ser considerada prática ilícita ou abusiva *per se* - mas deve obedecer aos seguintes contornos jurídicos:

- 1) há várias manifestações de vários agentes (juristas, instituições do governo etc.) no sentido de que a cobrança da taxa de conveniência não pode ser caracterizada como ilícito *per se*, dependendo a análise de sua eventual abusividade dos contornos do caso concreto subjacente;
- 2) não é recomendável estabelecer um valor máximo para sua cobrança.
- 3) A cobrança da taxa de conveniência deve ser informada aos consumidores de forma clara, transparente e ostensiva, incluindo a veiculação, em todos os canais de venda da *ticketeira* – em forma que permita facilmente a compreensão de tal informação. Em tempo, tal informação deve conter aspectos como objeto e condições da contratação, dependendo a cobrança da presença do sinalagma contratual, sendo condicionada, assim, à prestação do serviço correspondente;
- 4) deve ser assegurada ao consumidor a opção da compra presencial – *“ou no local do evento, ou em algum ponto da cidade onde ele ocorrerá, e que seja de fácil acesso aos consumidores”*, conforme manifestação da SEAE, em local, quantidade, e de forma que permita ao consumidor acesso efetivo ao ingresso “risco” para o evento;
- 5) Conforme manifestação da SEAE, *“na hipótese de não haver possibilidade de impressão do ingresso (por exemplo, nos casos em que o ingresso já está impresso e não pode ser reproduzido por questões de segurança), o serviço de conveniência deve incluir a entrega do ingresso em domicílio”*.

O **primeiro** item apresentado na conclusão da nota técnica é a afirmação de que há várias manifestações de juristas e de instituições governamentais no sentido de que a simples cobrança de taxa de conveniência não pode, por si só, ser caracterizada como ilícito, devendo ser analisadas as circunstâncias do caso concreto. Porém, esse argumento não se sustenta, tendo em vista o entendimento das normas do Código de Defesa do Consumidor.

O **segundo** item apresentado pela SENACON é a recomendação de não se estabelecer valor máximo para a taxa de conveniência. Entretanto, diante da ilegalidade de sua cobrança, esse ponto deve ser rechaçado. Mesmo se a taxa de conveniência fosse legal, e não sendo o caso de tabelamento, o preço seria livre de qualquer forma (art. 1º, IV e 170, CF). Entretanto, como é ilegal não há sequer de se falar em preço mínimo e máximo.

O **terceiro** item apresentado pela SENACON diz respeito ao direito de acesso à informação (art. 6º, III, CDC), defendendo que a taxa de conveniência, desde que devidamente informada, poderá ser cobrada do consumidor. Todavia, a ilegalidade da taxa não pode ser suprimida sob o argumento da devida informação e, além do mais, a compra do consumidor refere-se ao serviço a ser efetivamente prestado, ou seja, o show, o evento que ocorrerá e não a compra do ingresso, por si só.

O **quarto** item aponta a legalidade da cobrança da taxa de conveniência de ingressos ofertados pela internet, quando houver a possibilidade de aquisição em estabelecimento físico. Todavia, a existência de estabelecimento físico para venda de ingressos não pode ser justificativa para a cobrança da taxa de conveniência. Tal argumento não faz sentido, pois a prática comercial mostra o contrário. Por exemplo, as Lojas Americanas, Magazine Luiza, Ponto Frio, entre outras empresas, não cobram taxa de conveniência e o consumidor tem a possibilidade de comprar em lojas físicas e loja virtual.

Nesses casos, em regra, o preço do produto na loja virtual é menor, o que contradiz o argumento de que a estrutura necessária para a existência do comércio eletrônico elevaria os custos dos

serviços, se praticados pela própria produtora do evento. Da mesma forma, não faz sentido justificar a ausência da cobrança de taxa de conveniência na venda presencial, na medida em que os seus custos também são absorvidos pela própria empresa vendedora dos ingressos.

O **quinto** e último item da conclusão da referida Nota Técnica considera que, se, por motivos determinados pelo fornecedor, não for possível a impressão do tíquete pelo consumidor, a sua entrega deve estar inclusa no serviço de conveniência. Esse fato não valida a cobrança da taxa de conveniência, pois, mais uma vez, trata-se de estratégia do empreendimento, cujos custos devem ser suportados por quem auferir o respectivo lucro.

Portanto, o entendimento da Secretaria Nacional do Consumidor, de que a cobrança da taxa de conveniência não é abusiva, como consta de sua Nota Técnica nº 9/2019, mostra-se unilateral e não vinculante, por não ter sido submetido à discussão e deliberação dos órgãos públicos e entidades civis do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

2.4. Da caracterização da venda casada

A legislação não impõe ao fornecedor a obrigação de vender seu produto ou serviço pela internet, ou seja, a comercialização por meio eletrônico, antes de ser mera liberalidade da produtora de eventos, Ticket Premium é uma necessidade para alcançar um maior público.

Vale destacar que a compra de licenças de software, a contratação de pessoas tecnicamente capacitadas, a aquisição de infraestrutura e de toda a logística necessária, que é apresentado como argumento de defesa para a cobrança da taxa de conveniência, é parte integrante do empreendimento mantido pelo fornecedor, sendo-lhe vedada a transferência, em apartado, desses custos para o consumidor. Por analogia, se fosse físico o estabelecimento, não seria condizente, tampouco justo, transferir, de forma apartada, para o consumidor os custos com ar-condicionado, vendedores, tributos, locação de espaço ou mobiliário, etc. Na verdade, todos esses fatores compõem, mesmo que indiretamente, o preço dos produtos e serviços, não podendo ser cobrado, em separado, dos consumidores.

Isso posto, a taxa de conveniência não pode ser cobrada dos consumidores pela simples disponibilização de ingressos *on-line*, independentemente de haver ou não o ponto físico de venda, tendo em vista que a prática configura venda casada e é uma das formas de violação da boa-fé objetiva, conforme disposto do Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 39, inciso I e IX:

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

I – condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limite 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.

Assim sendo, o meio digital, por ser menos oneroso, é o principal ambiente para a oferta de produtos e serviços. Em se tratando de eventos isso não é diferente. O seu largo alcance ajuda a alavancar as vendas de ingressos, aumentando, sobremaneira, o lucro das empresas. Isso mostra, também, que a conveniência de utilização do comércio eletrônico, ao contrário do que se alega, é do fornecedor e não do consumidor.

2.5. Da transferência indevida do risco

Como visto, a venda *on-line* de ingressos para shows e eventos é parte típica e comum do negócio, ou seja, caracteriza risco da própria atividade empresarial que objetiva lucro e é componente do investimento do fornecedor, principalmente se levarmos em consideração que, dessa forma, os produtores e promotores elevam significativamente o número de interessados e contratantes.

Não obstante possa haver indiretamente vantagem para a pessoa que adquire ingressos sem a necessidade de se deslocar para um ponto de venda físico, o que está em jogo é a imposição e repasse dos custos operacionais dessa modalidade sem preservar o direito básico à livre escolha, conforme art. 6º, II, da Lei Federal nº 8.078/90 – CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

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

O Código de Defesa do Consumidor trata das práticas abusivas, afirmando que é vedado exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva, cuja ilegalidade, no caso ora analisado, é caracterizada pela cobrança de taxa de conveniência conforme jurisprudência já firmada sobre o assunto, vejamos:

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

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

Para cumprir o princípio do equilíbrio que deve nortear as relações de consumo, é importante mencionar, ainda, como dispõe a lei consumerista, ser proibido, ao fornecedor, transferir responsabilidades a terceiros, impactando o orçamento do consumidor, com a cobrança dupla de lucro por uma mesma contratação. Entenda-se: um terceiro também auferir lucro do consumidor por uma atividade já integrante da cadeia de produção do evento, como ocorre na contratação de seguranças, iluminação, limpeza do local, ampliando uma relação que deveria ser apenas com um fornecedor.

Em contrapartida, a empresa responsável pela venda de ingressos se vê livre para inserir, no custo da produção do evento um valor que o consumidor não pode discutir, pois deveria estar incluído no preço do ingresso.

Nesse sentido, a orientação do Código de Defesa do Consumidor, ao dispor:

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

(...)

2.6. Da ilegalidade da taxa de conveniência

A imposição da taxa de conveniência é prática ilegal e infrativa cometida pelo fornecedor (art. 39, X, CDC), tendo em vista que a referida não constitui em justa causa para a elevação do preço do produto ou serviço, tratando-se simplesmente de repasse de custos operacionais da empresa ao consumidor, no entanto, não se sabe como é a definição da taxa de conveniência em percentual do valor do ingresso, mesmo havendo várias faixas de preço.

Salienta-se a decisão da Junta Recursal do Procon-MG no mesmo sentido, ou seja, consoante a esta decisão, afirmando que a taxa de conveniência exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva e portanto é ilegal, vejamos:

Percebe-se, destarte, que a cobrança da **taxa de conveniência é ilegal**, pois exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva, sem qualquer contrapartida, uma vez que todos os custos, bem como o lucro a ser obtido, já estão embutidos no valor final do ingresso. (grifo nosso) (JUNTA RECURSAL, Promotor de Justiça Francisco José Lins do Rêgo Santos – Procon-MG Recurso nº 13.073/2016, publicação em 21 de fevereiro de 2019.)

2.7. Do parecer citado na Nota Técnica da Senacon e do acórdão do Superior Tribunal de Justiça

A Nota Técnica nº 9/2019 da SENACON menciona também o parecer da lavra dos ilustres juristas Cláudia Lima Marques e Bruno Nubens Barbosa Miragem, os quais defendem não haver ilegalidade na cobrança de taxa de conveniência de ingressos *online*, se houver, concomitantemente, a opção de aquisição de ingressos por meio físico. Os respeitadores professores tratam, em seu parecer, das "situações nas quais o consumidor escolhe utilizar sistema alternativo para a compra de ingressos tornado disponível pela internet." (p.3 do parecer citado)

Portanto, o parecer parte do pressuposto de que, conforme informado pela empresa produtora de shows e espetáculos, o consumidor sempre pode optar por adquirir o ingresso de forma tradicional (na bilheteria oficial do evento) - na qual não é cobrada qualquer taxa adicional ao valor do ingresso. Assim, a empresa consulente indaga-os especificamente sobre a cobrança da taxa de conveniência do consumidor que opta pela aquisição do ingresso por meios alternativos de compra.

Primeiramente, os advogados destacam a liberdade de escolha do consumidor, em comprar online ou por meio físico, o que, na verdade, consiste em prejuízo à liberdade de escolha do consumidor que, ao escolher o meio eletrônico de venda, condiciona, subordina e vincula a aquisição de um produto ou serviço à concomitante aquisição de outro, ou seja, o ingresso mais a taxa de conveniência; quando, na verdade, o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal.

Trata-se de prática abusiva prevista no Código de Defesa do Consumidor (venda casada, artigo 39, I, CDC). É inegável que o motivo para o consumidor comparecer ao espetáculo é o nome da atração artística ou da programação cultural e não da empresa que cuida da bilheteria e outros serviços de venda.

A afirmação de ausência de venda casada, argumento defendido pelos pareceristas, é contestado no item 2.4 deste parecer, segundo o qual a comercialização por meio digital é uma necessidade e vantagem da empresa nos dias atuais, ao atingir um número muito maior de consumidores, e não mera comodidade dos consumidores.

A vinculação de dois serviços, quando o pretendido pelo consumidor é apenas um, configura a venda casada "às avessas", indireta ou dissimulada, que 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.

Por maioria, a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), em decisão Transitado em Julgado em 14/12/2020, readequou o entendimento firmado em março de 2019 (em que firmou a ilegalidade da taxa de conveniência) e considerou que a cobrança de taxa de conveniência na venda de ingressos pela internet **só é abusiva quando se verifica o descumprimento do dever de informação na fase pré-contratual, não sendo o consumidor previamente informado da sua cobrança e nem se destacando em separado o valor referente à taxa.**

No voto que prevaleceu no colegiado, o ministro Paulo de Tarso Sanseverino acolheu os embargos para readequar os efeitos do acórdão anterior. Para o ministro Paulo de Tarso Sanseverino, a venda de ingressos *on-line* se integra à cadeia de fornecimento da produção de eventos, **sendo um custo repassado, e não um serviço independente oferecido ao consumidor.** O magistrado destacou que o STJ, ao analisar em recurso repetitivo duas outras controvérsias sobre a transferência de custos de intermediação – comissão de corretagem ([Tema 938](#)) e comissão do correspondente bancário ([Tema 958](#)) –, entendeu que o enfoque nesses casos passa a ser o dever de informação na fase pré-contratual.

Sanseverino observou que, sendo a taxa de conveniência um repasse de custos de intermediação, **"torna-se irrelevante perscrutar acerca de efetiva vantagem ao consumidor"**. Para ele, basta "que o consumidor seja informado prévia e adequadamente acerca dessa transferência de custos".

Nesse sentido, o colegiado manteve a condenação da empresa de venda *on-line* de ingressos apenas no tocante à obrigação de incluir em seus anúncios o preço total da compra, com destaque para o valor da taxa de conveniência, sob pena de ser obrigada a restituir tal quantia ao consumidor, sem prejuízo de eventual fixação de multa. "A controvérsia acerca da precificação do serviço de vendas *on-line* (se por operação ou por ingresso, se em valor fixo ou em percentual) não se mostra relevante, em tese, sob a ótica do consumidor, pois não é ele quem contrata a empresa de intermediação, mas o produtor dos eventos, não havendo norma que determine a contratação em valor fixo ou em percentual sobre o valor do ingresso", declarou ministro Paulo de Tarso Sanseverino.

PROCESSUAL CIVIL. CPC/2015. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. ABUSIVIDADE NA VENDA PELA INTERNET DE INGRESSOS DE EVENTOS CULTURAIS E DE ENTRETENIMENTO. OMISSÃO. NÃO OCORRÊNCIA. CONTRADIÇÃO. OCORRÊNCIA. EXTRAPOLAÇÃO DAS BALIZAS DO LITÍGIO E DA DEVOLUTIVIDADE RECURSAL. SANEAMENTO DO ACÓRDÃO EMBARGADO. AGREGAÇÃO DE EFEITOS INFRINGENTES.

1. Inexistência de omissão no acórdão ora embargado, tendo este colegiado declinado fundamentação suficiente para justificar o provimento do recurso especial, malgrado ocorrência de contradição no que tange às balizas do litígio e da devolutividade recursal.

2. Necessidade de rejuízo do recurso especial, dando-lhe provimento em menor extensão, para sanar a contradição ora identificada.

3. Validade da intermediação, pela internet, da venda de ingressos para eventos culturais e de entretenimento mediante cobrança de "taxa de conveniência", desde que o consumidor seja previamente informado o preço total da aquisição do ingresso, com o destaque do valor da "taxa de conveniência". Analogia com a tese firmada no julgamento do Tema 938/STJ (corretagem imobiliária).

4. Descumprimento do dever de informação pela empresa demanda, na medida a referida taxa de conveniência vem Documento: 117278369 - EMENTA / ACORDÃO - Site

certificado - DJe: 19/11/2020 Página 1 de 2 Superior Tribunal de Justiça sendo escamoteada na fase pré-contratual, como se estivesse embutida no preço, para depois ser cobrada como um valor adicional, gerando aumento indevido do preço total. Prática abusiva e prejudicial à livre concorrência.

5. Condenação da empresa demandada a informar em suas plataformas de venda, desde a fase pré-contratual, o preço total da aquisição do ingresso, com destaque do valor da taxa de conveniência, sob pena de cominação de astreintes, além da obrigação de restituir o valor da "taxa de conveniência" em cada caso concreto.

6. Ausência de devolução a esta Corte Superior do pedido de condenação genérica à devolução dos valores já pagos pelos consumidores a título de "taxa de conveniência", tornando-se necessário decotar esse capítulo do acórdão ora embargado.

7. Saneamento do acórdão ora embargado para, eliminando contradição, dar provimento do recurso especial em menor extensão. 8. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO PARCIALMENTE ACOLHIDOS, COM EFEITOS INFRINGENTES.

EDcl no REsp 1737428 (2017/0163474-2 de 19/11/2020)

O julgado do Egrégio Tribunal que readequou o entendimento sobre a taxa de conveniência passou a ser adotado por alguns tribunais estaduais brasileiros, a partir de seu trânsito (nesse sentido: TJRS, RI Nº 71009995309, Quarta Turma Recursal Cível; Relator: DR. LUIS ANTONIO BEHRENSDORF GOMES DA SILVA.18-06-2021; TJPR- 2ª Turma Recursal Cível, RI n. 0002556-60.2019.8.16.0204; Relator: Irineu Stein Junior - 25/06/2021; TJBA - 2ª TURMA RECURSAL - RI 0012008-15.2019.8.05.0103 - Rel. Maria Lúcia Coelho Mattos - j. 26-5-2021).

Não obstante, verifica-se que o entendimento, no mérito, das Turmas Recursais do Tribunal de Justiça do Paraná continua em consonância com o entendimento anterior, de ilegalidade *per si* da cobrança da taxa:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MATERIAL. COMPRA DE INGRESSO PELA INTERNET. SHOW PAUL MCCARTNEY. TAXA DE CONVENIÊNCIA E DE IMPRESSÃO DO INGRESSO. **COBRANÇA INDEVIDA. ABUSIVIDADE. NECESSIDADE DE RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO.** AUSÊNCIA DE PEDIDO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. SENTENÇA EXTRA PETITA. SENTENÇA REFORMADA. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO.

(TJPR - 3ª Turma Recursal - 0014455-24.2019.8.16.0182 - Curitiba - Rel.: JUÍZA DE DIREITO DE COMARCA DE ENTRÂNCIA FINAL FERNANDA KARAM DE CHUEIRI SANCHES - J. 08.02.2021) (grifou-se)

No mérito, o relator afirmou que inicialmente, é importante mencionar o entendimento consolidado nas Turmas Recursais do Paraná, inclusive nesta 3ª Turma, da ilegalidade da cobrança de Taxa de Conveniência, mormente quando não há conveniência usufruída pelo consumidor, além de se tratar de transferência indevida de encargo, eis que o referido serviço seria de responsabilidade do produtor do evento.

3. CONCLUSÃO

Por todo exposto, conclui-se que:

- a. A Nota Técnica nº 9/2019, da Secretaria Nacional do Consumidor, por ter sido elaborada unilateralmente, sem a discussão e deliberação dos órgãos públicos e entidades civis de defesa do consumidor, não tem o condão de vinculá-los, eis que todos compõem o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. (CDC, art. 106, I);
- b. O acórdão do STJ, transitado em julgado em 14/12/2020, readequou o entendimento firmado em março de 2019 e considerou que a cobrança de taxa de conveniência na venda de ingressos pela internet **só é abusiva quando se verifica o descumprimento do dever de informação na fase pré-contratual, decisão essa que manteve a obrigação de incluir em seus anúncios o preço total da compra, com destaque para o valor da taxa de conveniência, sob pena de ser obrigada a restituir tal quantia ao consumidor, sem prejuízo de eventual fixação de multa.**
- c. A cobrança da taxa de conveniência, pela venda de ingressos por comércio eletrônico, ainda que feita por terceiro, distinto do produtor do evento, não é apenas uma comodidade dos consumidores, mas necessidade do fornecedor, pois reduz despesas e amplia as suas contratações, devendo estar inserida dentro dos custos gerais do produtor do evento (Teoria do Risco);
- d. Independentemente de haver ou não o ponto físico de venda, **a cobrança de taxa de conveniência dos consumidores pela simples disponibilização de ingressos online configura venda casada e é uma das formas de violação da boa-fé objetiva, sendo ilícita per si**, conforme disposto no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC, art. 39, I e IX);
- e. A contratação, física ou virtual, se insere dentro dos custos do produtor do evento, daí porque, ao transferir a sua responsabilidade a terceiro (consumidor), acaba por exigir vantagem manifestamente excessiva do consumidor (CDC, 51, § 1º, III) pela dupla cobrança de remuneração, e, portanto, de lucro, pela prestação de um único serviço, no caso o evento (CDC, art. 51, III).

Belo Horizonte - MG, 04 de fevereiro de 2021.

Christiane Pedersoli

Coordenadora da Assessoria Jurídica/Procon-MG

(Elaboração)

Janaina Gonçalves Drumond Américo - Analista

Assessoria Jurídica / Procon-MG

(Revisão)

Regina Sturm - Assessora II

Assessora Jurídica / Procon-MG

(Revisão)

Ricardo Augusto Amorim César - Assessor II

Assessor Jurídico/Procon-MG

(Elaboração)



Documento assinado eletronicamente por **CHRISTIANE VIEIRA SOARES PEDERSOLI, COORDENADOR I**, em 04/02/2022, às 17:56, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **REGINA STURM VILELA, ASSESSOR II**, em 04/02/2022, às 18:18, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **JANAINA GONCALVES DRUMOND AMERICO, ANALISTA DO MINIST. PUBLICO - QP**, em 07/02/2022, às 10:44, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://www.mpmg.mp.br/sei/processos/verifica>, informando o código verificador **2147926** e o código CRC **29F3EE5A**.

Processo SEI: 19.16.0461.0035754/2020-49 / Documento SEI: 2147926

Gerado por: PGJMG/PROCON-MG/SECP/ASJUP

RUA GONÇALVES DIAS, 2039 15º ANDAR - Bairro LOURDES - Belo Horizonte/ MG

CEP 30140092 - www.mpmg.mp.br