



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

**PROJETO DE LEI Nº 10.585, de 2018
(APENSADO PROJETO DE LEI Nº 1.652, DE 2019)**

Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência por empresas na venda de ingressos pela internet.

Autor: Deputado AUREO

Relator: Deputado FELIPE CARRERAS

I - RELATÓRIO:

O Projeto de Lei nº 10.585, de 2018, do Deputado Aureo objetiva-se em disciplinar a cobrança da denominada taxa de conveniência por empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela modalidade online.

O projeto define a taxa de conveniência como contrapartida paga pelo consumidor quando, a seu exclusivo critério, se utiliza de empresas prestadoras de serviços que comercializam ingressos pela internet, para compra online de ingressos culturais de qualquer natureza (apresentações musicais, teatro, cinema e outros espetáculos e eventos, inclusive esportivos). Em seu projeto sugere e determina que o valor limite a ser cobrado deveria ser de 10% face ao valor do ingresso da categoria mais barata.

Apensado consta o PL nº 1.652, de 2019 de autoria do Deputado Kim Kataguirí que define, da mesma forma, o que é a taxa de conveniência, esclarecendo que essa taxa não se confunde com o valor do próprio ingresso. Nesse projeto, inova ao determinar que a cobrança é legítima quando o promotor disponibilizar ao consumidor a opção de aquisição presencial do ingresso, sem qualquer cobrança adicional no local de realização do evento, com antecedência mínima de 36 (trinta e seis) horas.

O Projeto foi distribuído, nos termos do art. 24, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD), sendo seu mérito apreciado pela Comissão de Defesa do Consumidor; Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, cabendo à



* C D 2 1 8 7 7 8 5 2 8 6 0 0 *

Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania e de Cidadania examinar a constitucionalidade, a juridicidade e a técnica legislativa, nos termos do art. 54, do RICD.

Transcorrido o prazo regimental, o Projeto não recebeu emendas no âmbito desta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO:

De acordo com a alínea “b”, do inciso V, do artigo 32, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados compete a esta Comissão analisar os projetos que versem sobre relações de consumo e medidas de defesa d consumidor.

Ambos os autores demonstram importante preocupação com os aspectos de eventual dolo ao consumidor na relação de intermediação na compra de ingressos, o autor da proposição principal o Deputado Aureo vislumbra a necessidade limitar o valor a ser cobrado por essa intermediação e o Deputado Kim Kataguiri, autor do projeto apenso, orienta sua preocupação em garantir a escolha do consumidor em não utilizar do referido serviço.

Segundo argumento justificado pelo autor do projeto principal as taxas de conveniência podem chegar a 20% do preço do ingresso, o que, segundo as entidades de defesa do consumidor, “de conveniente não tem nada”. Reforça ainda a ideia de que o valor deve ser fixo e igual para todos os consumidores de um mesmo evento e não um percentual do custo do ingresso uma vez que o serviço prestado pelo site independe da categoria do ingresso vendido.

Vemos que a percepção do autor está parcialmente correta, pode haver em determinados casos abusos da taxa de conveniência, mas o seu tabelamento não seria o mecanismo adequado para sua regulação. Devemos compreender que a taxa de conveniência pode ser referente uma grande diversidade de serviços e o tabelamento pode restringir a eventuais novos serviços que gerem comodidade aos consumidores.



Não podemos deixar de concordar que o valor do serviço deve estar cristalino para o consumidor da mesma forma que o ponto de venda presencial deve ser disponibilizado.

Cabe destacar que o autor do texto em apenso alega de forma divergente apesar da mesma preocupação, imputa que o problema é que há eventos em que não há outra opção que não seja a compra pela internet, com cobrança da taxa de conveniência, que, nesse caso, nem deveria ser assim chamada.

Complementarmente destacamos que o produtor do evento é o único responsável pela realização e entrega do evento e como recebe o valor da venda de ingressos pago pelo consumidor. As empresas de intermediação de venda de ingressos são responsáveis por conectar os produtores de eventos com consumidores e por tal intermediação cobram a taxa de conveniência, a qual não se confunde com a produção de eventos. Assim, as empresas de intermediação de venda de ingressos não podem ser responsabilizadas por demandas relacionadas à execução dos eventos, assim como os produtores não podem ser responsabilizados por atos ou fatos cometidos pelas empresas de intermediação.

Este racional é baseado no princípio de limitação de responsabilidade de provedores de aplicação na internet, nos termos do art. 19 do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2013), o qual permite a responsabilização limitada dos provedores de aplicação, não respondendo estes por atos de seus usuários. A limitação de responsabilidade prevista no Marco Civil reforça, para o âmbito das relações jurídicas ocorridas online, a limitação de responsabilidade já prevista no Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/1990), que em seu artigo 14 já previa a possibilidade de isenção de responsabilidade do fornecedor de produtos e/ou serviços que corretamente aponte o responsável por atos ou omissões no relacionamento com consumidores, delimitando as responsabilidades de intermediários, como ocorre na venda de ingressos na internet. O mesmo se aplica em relação ao art. 7º, § 1º do Código de Defesa do consumidor nas situações de reclamação do consumidor referente a situações do evento em si, onde a empresa intermediadora da venda de ingressos não se classifica como “autora da ofensa”, restando assim isentar de qualquer responsabilidade. Mediante o exposto complementamos com a devida definição da responsabilização.



Mediante o exposto, votamos pela APROVAÇÃO do PL nº 10.585, de 2018 e do PL nº 1.652, de 2018 na forma de um substitutivo.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2021.

FELIPE CARRERAS

PSB/PE



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Felipe Carreras
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD218778528600>



COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº10.585, de 2018
(APENSADO PROJETO DE LEI Nº 1.652, DE 2019)

Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência e demais taxas de serviço por empresas na venda de ingressos pela internet.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência e demais taxas de serviço associadas à venda online e entrega de ingressos para eventos de qualquer natureza.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, a taxa de conveniência e demais taxas de serviço, como entrega, impressão ou retirada, é o valor adicional pago pelo consumidor quando se utiliza de empresas prestadoras de serviços que comercializam ingressos pela internet, compreendendo os seguintes serviços que poderão ser disponibilizados conjuntamente ou de forma separada:

- I – intermediação da venda de ingresso;
- II – serviço de entrega do ingresso;
- III – retirada do ingresso;
- IV – impressão do bilhete;

Art. 3º É lícita à cobrança da taxa de conveniência e demais taxas de serviço, como entrega, impressão ou retirada, objeto desta Lei, respeitado o disposto no artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, desde que seja oferecida, pelos promotores do evento, opção de aquisição presencial do ingresso, sem qualquer cobrança adicional para os eventos realizados em locais habilitados para este fim, como cinemas, museus, teatros, circos, estádios, arenas, centros de convenções, pavilhões, autódromos, hipódromos e casas de espetáculos.



Parágrafo Único. O prestador de serviços de conveniência deve informar ao consumidor antecipada e discriminadamente o valor da taxa cobrada.

Art. 4º. A receita auferida com a cobrança da taxa de conveniência, conforme definida no artigo 2º acima, seja ela auferida pelo produtor do evento ou por empresa de intermediação de venda de ingressos (ticketeira), não se confunde, em nenhuma hipótese, com a receita advinda da venda de ingressos para o evento.

Art. 5º. Nos termos do art. 19 da Lei 12.965/2013, do art. 7º parágrafo 1º e do art. 14, parágrafo 3º da Lei 8078/1990, as empresas que comercializam a venda de ingressos pela internet não possuem responsabilidade sobre os atos de seus usuários, consumidor ou organizador de eventos, sejam eles pessoas físicas e/ou jurídicas, inclusive quanto a situações referente aos eventos.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2021.

Deputado FELIPE CARRERAS

PSB/PE

Relator

