



(Paulo Sergio Martins)

Regula a cobrança de serviço na venda de ingressos pela internet.

**Art. 1º.** A cobrança do serviço relativo à disponibilização, venda e entrega, via internet, de ingressos para *show*, teatro, cinema, evento esportivo ou qualquer espetáculo, fica limitada a 8% (oito por cento) sobre o valor do ingresso.

§ 1º. É vedada a cobrança adicional quando a venda de ingressos for realizada exclusivamente pela internet.

§ 2º. Além do valor do ingresso e do serviço previsto nesta lei, nenhuma outra importância poderá ser cobrada do consumidor.

§ 3º. A cobrança da tarifa ora permitida está condicionada à identificação do encomendante e do destinatário do ingresso, por nome, cédula de identidade ou CPF/CNPJ, e, sempre que possível, o ingresso ou o bilhete correspondente deverá ser impresso com a referida identificação.

§ 4º. Ao mesmo encomendante não poderão ser disponibilizados mais do que 6 (seis) ingressos.

§ 5º. Para facilitar o acesso do consumidor ao evento, será disponibilizado *voucher* ou comprovante de compra, permutável pelo bilhete ou ingresso, que poderá ser impresso no local de maior comodidade ao consumidor.

§ 6º. No dia e horário do evento, assegurar-se-á ao portador do ingresso por meio eletrônico ou *voucher* o acesso ao espetáculo diretamente nas catracas ou em guichê exclusivo, sem qualquer outra formalidade, salvo a necessária verificação da identidade do portador.

§ 7º. O consumidor poderá, uma única vez e para cada ingresso, por intermédio do encomendante, observada a antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas em relação à data da realização do evento, solicitar a transferência do ingresso ou equivalente a terceiro adequadamente identificado, hipótese em que a permuta será feita em local e horário indicados pelo organizador do evento ou seu representante.



**Art. 2º.** A segurança e idoneidade do meio eletrônico são de responsabilidade solidária das pessoas físicas ou jurídicas que participam da organização do evento ou atuam como intermediários na venda do ingresso.

**Parágrafo único.** Sem prejuízo da apuração de outros direitos, é assegurado ao consumidor que, por falha na segurança do procedimento aqui regulado, for indevidamente impedido de assistir ao evento, receber indenização equivalente a 20 (vinte) vezes o valor do ingresso, desde que prove haver contratado e pago pela sua aquisição.

**Art. 3º.** A empresa ou prestadora de serviço que infringir esta lei se sujeitará às sanções previstas no art. 56 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, aplicáveis na forma de seus artigos 57 a 60.

**Art. 4º.** Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### *Justificativa*

A cobrança de uma taxa para venda de ingressos de show e espetáculos em geral pela internet ou por telefone constitui atividade lícita e que, por beneficiar ao consumidor, deve ser incentivada.

Ocorre que a falta de regulamentação do tema tem propiciado abusos, sendo o mais comum a cobrança de valores exagerados, que tem variado entre 15% e 20% sobre o valor do ingresso, a título de “taxa de comodidade”. Não raro, são também cobradas mais de uma taxa ou tarifa incidente sobre o mesmo serviço, a título de custo de uma operação que, em princípio, deveria ser suportado pelo prestador do serviço.

É o que acontece, por exemplo, com a chamada “taxa de entrega”, que já haveria de estar embutida no valor do serviço, posto que toda a facilitação do acesso do consumidor ao ingresso interessa, também, ao sucesso do evento àquele oferecido. Por tal razão é que, no projeto apresentado, a entrega do bilhete ou ingresso ao consumidor é obrigação inerente a quem se dispõe a vendê-lo por meio eletrônico.

De toda a forma, o setor frequentemente vem praticando cobranças abusivas que ferem o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, pois beneficiam apenas à empresa e oneram exageradamente a parte mais fraca da relação de consumo.

Sem olvidar a importância dos serviços aqui tratados, nem ignorar o investimento necessário para as empresas manterem idôneos, seguros e eficientes os meios necessários à facilitação dos direitos do consumidor, cumpre pesar, de outro lado, o



significativo custo de manutenção do ineficiente sistema de venda por meio de bilheteria, daí porque o incremento da venda eletrônica é também de interesse das empresas que atuam no setor de eventos. A tendência, ditada pelo avanço tecnológico, é o aumento de um sistema de vendas e o gradativo abandono do outro, tudo a recomendar que a cobrança pelo “serviço” seja efetivada em valores moderados, tendo em vista o interesse comum do prestador e do tomador.

De todo o modo, o tema reclama regulamentação, para evitar os abusos já citados.

O percentual sugerido para a cobrança do serviço é semelhante ou próximo àqueles praticados na intermediação de vendas em geral, e, salvo melhor juízo, parece ser o mais adequado, considerando o equilíbrio sutil que existe na relação comercial ora tratada. Se muito elevado o percentual, lesado será o consumidor, enquanto um percentual muito reduzido pode resultar em inviabilização do meio eletrônico ou desestímulo da atividade ora regulada, efeito que também será nocivo ao consumidor, eterno refém dos chamados “cambistas”, que atuam livremente no setor do entretenimento de massa.

Assim posto, solicito o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste projeto.

**PAULO SERGIO MARTINS**

**Paulo Sergio - Delegado**



**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.**

[Vigência](#)

[Mensagem de veto](#)

[Regulamento](#)

[Regulamento](#)

[Regulamento](#)

[\(Vide Decreto nº 2.181, de 1997\)](#)

[\(Vide pela Lei nº 13.425, de 2017\)](#)

[\(Vigência\)](#)

[\(Vide Decreto nº 11.034, de 2022\)](#)

[\(Vigência\)](#)

[Regulamento](#) [Vigência](#)

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I**  
**Dos Direitos do Consumidor**

**CAPÍTULO I**  
**Disposições Gerais**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

**CAPÍTULO II**  
**Da Política Nacional de Relações de Consumo**

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [\(Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995\)](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

consumidor o direito de deduzir do total da fatura o valor em disputa e efetuar o pagamento da parte não contestada, podendo o emissor lançar como crédito em confiança o valor idêntico ao da transação contestada que tenha sido cobrada, enquanto não encerrada a apuração da contestação; [\(Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021\)](#)

II - recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e aos outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do contrato de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível, e, após a conclusão, cópia do contrato; [\(Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021\)](#)

III - impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou similar, que o consumidor peça e obtenha, quando aplicável, a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento, ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos. [\(Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021\)](#)

§ 1º Sem prejuízo do dever de informação e esclarecimento do consumidor e de entrega da minuta do contrato, no empréstimo cuja liquidação seja feita mediante consignação em folha de pagamento, a formalização e a entrega da cópia do contrato ou do instrumento de contratação ocorrerão após o fornecedor do crédito obter da fonte pagadora a indicação sobre a existência de margem consignável. [\(Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021\)](#)

§ 2º Nos contratos de adesão, o fornecedor deve prestar ao consumidor, previamente, as informações de que tratam o art. 52 e o caput do art. 54-B deste Código, além de outras porventura determinadas na legislação em vigor, e fica obrigado a entregar ao consumidor cópia do contrato, após a sua conclusão [\(Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021\)](#)

## CAPÍTULO VII Das Sanções Administrativas [\(Vide Lei nº 8.656, de 1993\)](#)

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.

§ 2º (Vetado).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.5.1993](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 6.9.1993](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (Vetado)

§ 3º (Vetado).

## TÍTULO II Das Infrações Penais

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes.

Art. 62. (Vetado).

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

§ 2º Se o crime é culposo: