

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.737.428 - RS (2017/0163474-2)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : ASSOCIACAO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO SUL - ADECONRS
ADVOGADOS : RAFAEL CORREA DE BARROS BERTHOLD - RS062120
RICARDO DE OLIVEIRA SILVA FILHO - RS064834
ROBERTA DE OLIVEIRA SILVA - RS082560
CAMILA ADAM FIALHO - RS086517
RECORRIDO : INGRESSO RAPIDO PROMOCAO DE EVENTOS LTDA
ADVOGADOS : RENATO LUIS BUELONI FERREIRA - SP128006
ALINE ALMEIDA HECKMANN - RS037849

EMENTA

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. DIREITO DO CONSUMIDOR. ESPETÁCULOS CULTURAIS. DISPONIBILIZAÇÃO DE INGRESSOS NA *INTERNET*. COBRANÇA DE "TAXA DE CONVENIÊNCIA". EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. NÃO INDICAÇÃO. SÚMULA 284/STF. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. CLÁUSULAS ABERTAS E PRINCÍPIOS. BOA FÉ OBJETIVA. LESÃO ENORME. ABUSIVIDADE DAS CLÁUSULAS. VENDA CASADA (" *TYING ARRANGEMENT* "). OFENSA À LIBERDADE DE CONTRATAR. TRANSFERÊNCIA DE RISCOS DO EMPREENDIMENTO. DESPROPORCIONALIDADE DAS VANTAGENS. DANO MORAL COLETIVO. LESÃO AO PATRIMÔNIO IMATERIAL DA COLETIVIDADE. GRAVIDADE E INTOLERÂNCIA. INOCORRÊNCIA. SENTENÇA. EFEITOS. VALIDADE. TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

1. Cuida-se de ação coletiva de consumo na qual se pleiteia, essencialmente: *a)* o reconhecimento da ilegalidade da cobrança de "taxa de conveniência" pelo simples fato de a recorrida oferecer a venda de ingressos na *internet*; *b)* a condenação da recorrida em danos morais coletivos; e *c)* a condenação em danos materiais, correspondentes ao ressarcimento aos consumidores dos valores cobrados a título de taxa de conveniência nos últimos 5 (cinco) anos.

2. Recurso especial interposto em: 11/04/2016; conclusão ao Gabinete em: 03/08/2017; aplicação do CPC/15.

3. O propósito recursal é determinar se: *a)* ocorreu negativa de prestação jurisdicional; *b)* a disponibilização da venda de ingressos de espetáculos culturais na *internet* é facilidade que efetivamente beneficia os consumidores; *c)* existe abusividade na cobrança de "taxa de conveniência" aos consumidores; *d)* ocorre venda casada pela disponibilização desse serviço associado à aquisição do ingresso; e *e)* ocorreram danos morais de natureza coletiva.

Superior Tribunal de Justiça

4. A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial.
5. A essência do microsistema de defesa do consumidor se encontra no reconhecimento de sua vulnerabilidade em relação aos fornecedores de produtos e serviços, que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro.
6. O CDC adotou formas abertas e conceitos indeterminados para definir as práticas e cláusulas abusivas, encarregando o magistrado da tarefa de examinar, em cada hipótese concreta, a efetiva ocorrência de referidas práticas ilegais.
7. A boa-fé objetiva é uma norma de conduta que impõe a cooperação entre os contratantes em vista da plena satisfação das pretensões que servem de ensejo ao acordo de vontades que dá origem à avença, sendo tratada, de forma expressa, no CDC, no reconhecimento do direito dos consumidores de proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos ou serviços (art. 6º, IV, do CDC).
8. Segundo a lesão enorme, são abusivas as cláusulas contratuais que configurem lesão pura, decorrentes da simples quebra da equivalência entre as prestações, verificada, de forma objetiva, mesmo que não exista vício na formação do acordo de vontades (arts. 39, V, 51, IV, § 1º, III, do CDC).
9. Uma das formas de violação da boa-fé objetiva é a venda casada (*tying arrangement*), que consiste no prejuízo à liberdade de escolha do consumidor decorrente do condicionamento, subordinação e vinculação da aquisição de um produto ou serviço (principal – “tying”) à concomitante aquisição de outro (secundário – “tied”), quando o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal.
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.
11. O CDC prevê expressamente uma modalidade de venda casada, no art. 39, IX, que se configura em razão da imposição, pelo fornecedor ao consumidor, da contratação indesejada de um intermediário escolhido pelo fornecedor, cuja participação na relação negocial não é obrigatória segundo as leis especiais regentes da matéria.
12. A venda do ingresso para um determinado espetáculo cultural é parte típica e essencial do negócio, risco da própria atividade empresarial que visa o lucro e integrante do investimento do fornecedor, compondo, portanto, o custo básico embutido no preço.
13. Na intermediação por meio da corretagem, como não há relação

Superior Tribunal de Justiça

contratual direta entre o corretor e o terceiro (consumidor), quem deve arcar, em regra, com a remuneração do corretor é a pessoa com quem ele se vinculou, ou seja, o incumbente. Precedente.

14. A assunção da dívida do fornecedor junto ao intermediário exige clareza e transparência na previsão contratual acerca da transferência para o comprador (consumidor) do dever de pagar a comissão de corretagem. Tese repetitiva.

15. Na hipótese concreta, a remuneração da recorrida é integralmente garantida por meio da "taxa de conveniência", cobrada nos moldes do art. 725 do CC/02, devida pelos consumidores que comprarem ingressos em seu meio virtual, independentemente do direito de arrependimento (art. 49 do CDC).

16. A venda pela *internet*, que alcança interessados em número infinitamente superior de do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores do espetáculo cultural de terem, no menor prazo possível, vendidos os espaços destinados ao público e realizado o retorno dos investimentos até então empregados e transfere aos consumidores parcela considerável do risco do empreendimento, pois os serviços a ela relacionados, remunerados pela "taxa de conveniência", deixam de ser arcados pelos próprios fornecedores.

17. Se os incumbentes optam por submeter os ingressos à venda terceirizada em meio virtual (da *internet*), devem oferecer ao consumidor diversas opções de compra em diversos sítios eletrônicos, caso contrário, a liberdade dos consumidores de escolha da intermediadora da compra é cerceada, limitada unicamente aos serviços oferecidos pela recorrida, de modo a ficar configurada a venda casada, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC.

18. A potencial vantagem do consumidor em adquirir ingressos sem se deslocar de sua residência fica totalmente aplacada pelo fato de ser obrigado a se submeter, sem liberdade, às condições impostas pela recorrida e pelos incumbentes no momento da contratação, o que evidencia que a principal vantagem desse modelo de negócio – disponibilização de ingressos na internet – foi instituída em seu favor dos incumbentes e da recorrida.

19. *In casu*, não há declaração clara e destacada de que o consumidor está assumindo um débito que é de responsabilidade do incumbente – produtor ou promotor do espetáculo cultural – não se podendo, nesses termos, reconhecer a validade da transferência do encargo (assunção de dívida pelo consumidor).

20. Se, por um lado, o dano moral coletivo não está relacionado a atributos da pessoa humana (dor, sofrimento ou abalo psíquico) e se configura independentemente da demonstração de prejuízos concretos ou de efetivo abalo moral, de outro, somente ficará caracterizado se ocorrer uma lesão a valores fundamentais da sociedade e se essa vulneração ocorrer de forma

injusta e intolerável.

21. Na espécie, a ilegalidade verificada não atinge valores essenciais da sociedade, tampouco possui o atributo da intolerabilidade, configurando a mera infringência à lei ou ao contrato em razão da transferência indevida de um encargo do fornecedor ao consumidor, o que é insuficiente para sua caracterização.

22. Os efeitos e a eficácia da sentença coletiva não estão circunscritos a lindes geográficos, mas aos limites objetivos e subjetivos do que foi decidido, levando-se em conta, para tanto, sempre a extensão do dano e a qualidade dos interesses metaindividuais postos em juízo, razão pela qual a presente sentença tem validade em todo o território nacional. Tese repetitiva.

23. Recurso especial parcialmente conhecido e, no ponto, parcialmente provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por maioria, conhecer em parte do recurso especial e, nesta parte, dar-lhe provimento, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Vencidos os Srs. Ministros Ricardo Villas Bôas Cueva e Marco Aurélio Bellizze, no que tange ao efeito de repercussão nacional da decisão. Votaram com a Sra. Ministra Nancy Andrighi os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino e Moura Ribeiro.

Brasília (DF), 12 de março de 2019(Data do Julgamento)

MINISTRA NANCY ANDRIGHI
Relatora

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.737.428 - RS (2017/0163474-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : ASSOCIACAO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO SUL - ADECONRS
ADVOGADOS : RAFAEL CORREA DE BARROS BERTHOLD - RS062120
RICARDO DE OLIVEIRA SILVA FILHO - RS064834
ROBERTA DE OLIVEIRA SILVA - RS082560
CAMILA ADAM FIALHO - RS086517
RECORRIDO : INGRESSO RAPIDO PROMOCÃO DE EVENTOS LTDA
ADVOGADOS : RENATO LUIS BUELONI FERREIRA - SP128006
ALINE ALMEIDA HECKMANN - RS037849

RELATÓRIO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI:

Cuida-se de recurso especial interposto por ASSOCIAÇÃO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO SUL - ADECONRS, com fundamento nas alíneas "a" e "c" do permissivo constitucional.

Ação: coletiva de consumo, ajuizada pelo recorrente em face de INGRESSO RÁPIDO PROMOÇÃO DE EVENTOS LTDA, na qual pleiteia: *a)* o reconhecimento da ilegalidade da cobrança de taxa de conveniência pelo simples fato de a recorrida oferecer a venda de ingressos na *internet*; *b)* a imposição das obrigações de *b. 1)* não cobrar taxa de conveniência cumulada com taxa de entrega; *b. 2)* não cobrar a taxa de conveniência em percentual sobre cada ingresso individual e *b. 3)* não cobrar taxa de conveniência em valores diferenciados para cada área de uso; *c)* a condenação da recorrida em danos morais coletivos; e *d)* a condenação em danos materiais, correspondentes ao ressarcimento aos consumidores dos valores cobrados a título de taxa de conveniência nos últimos 5 (cinco) anos.

Sentença: julgou parcialmente procedentes os pedidos, apenas para: *a)* determinar que a recorrida se abstenha de cobrar a taxa de conveniência, sob pena de multa diária; *b)* condenar a recorrida a devolver os valores cobrados a esse título, de forma simples, observado o prazo prescricional de cinco anos; e *c)* publicar a sentença em

Superior Tribunal de Justiça

jornais de grande circulação.

Acórdão: negou provimento à apelação interposta pela recorrente e deu provimento ao recurso da recorrida para, reformando a sentença, julgar improcedentes os pedidos da inicial.

Embargos de declaração: interpostos pela recorrente, foram rejeitados.

Recurso especial: aponta violação dos arts. 6º, III e VI, 39, I e V, 51, IV e § 1º, III, do CDC; 186 e 927 do CC/02; 1º, *caput*, da Lei 7.347/85; 489, II, 1.022, I e II, do CPC/15, além de dissídio jurisprudencial.

Afirma que houve negativa de prestação jurisdicional.

Aduz que seu objetivo é, somente, afastar a cobrança abusiva da “taxa de conveniência”, atualmente exigida sem ter como contrapartida qualquer comodidade ou vantagem aos consumidores. Ressalta que a “taxa de conveniência” é reclamada conjuntamente com taxa de entrega do ingresso, em valores diferenciados para cada área do espetáculo e incidente sobre cada ingresso individualizado.

Alega que a facilidade remunerada pela taxa de conveniência (mera disponibilização de venda de ingressos na *internet*) não beneficia os consumidores, mas, pelo contrário, somente favorece o aumento da publicidade e o lucro da empresa recorrida e da promotora do evento cultural.

Sustenta que os custos para a manutenção de *softwares* e estrutura de informática são despesas inerentes aos serviços oferecidos pela recorrida, não podendo ser, por si mesmos, repassados indevidamente aos consumidores, que já pagam essas quantias no valor de venda do próprio ingresso.

Obtempera que, mesmo pagando a taxa de conveniência pela venda do ingresso na *internet*, o consumidor é obrigado a se deslocar ao ponto de vendas, no dia do espetáculo ou em dias anteriores, enfrentando filas, ou a pagar uma taxa de entrega para receber o ingresso em seu domicílio.

Argumenta que, como os consumidores de outras localidades tem interesse em espetáculos realizados em grandes metrópoles, a aquisição do ingresso pela *internet*

Superior Tribunal de Justiça

se torna a única opção disponível, sendo sujeitos, nessa hipótese, às condições abusivas impostas pela empresa recorrida, não havendo, pois, falar-se em livre escolha entre a compra presencial ou pela *internet*.

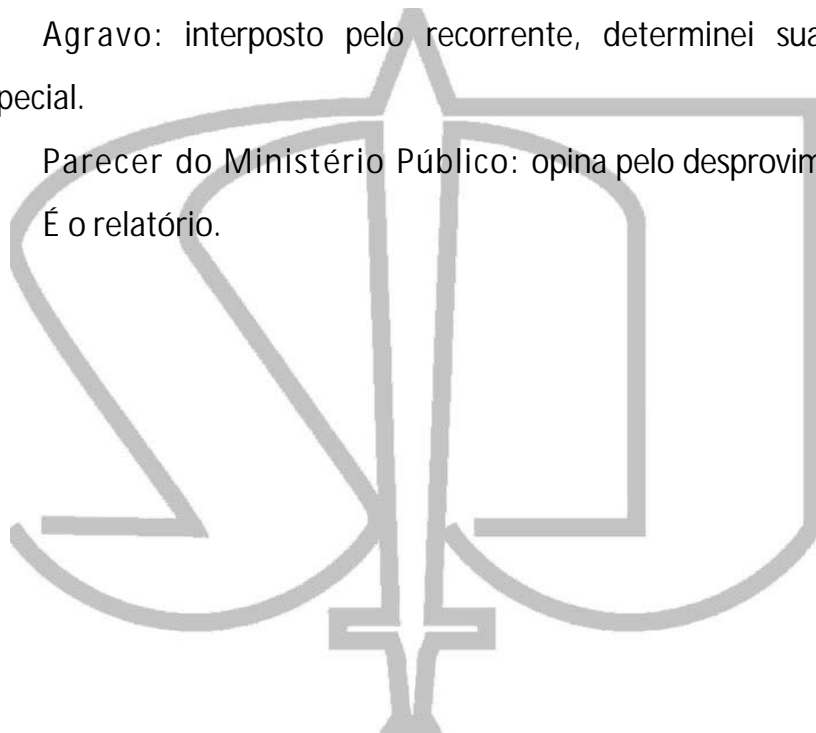
Aduz que, em virtude dessa cobrança abusiva, a recorrida deveria ser condenada a ressarcir danos morais coletivos, por violar patrimônio imaterial da coletividade.

Decisão de admissibilidade: o TJ/RS inadmitiu o recurso especial.

Agravo: interposto pelo recorrente, determinei sua reatuação como recurso especial.

Parecer do Ministério Público: opina pelo desprovimento do recurso.

É o relatório.



Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.737.428 - RS (2017/0163474-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : ASSOCIACAO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO SUL - ADECONRS
ADVOGADOS : RAFAEL CORREA DE BARROS BERTHOLD - RS062120
RICARDO DE OLIVEIRA SILVA FILHO - RS064834
ROBERTA DE OLIVEIRA SILVA - RS082560
CAMILA ADAM FIALHO - RS086517
RECORRIDO : INGRESSO RAPIDO PROMOCAO DE EVENTOS LTDA
ADVOGADOS : RENATO LUIS BUELONI FERREIRA - SP128006
ALINE ALMEIDA HECKMANN - RS037849

EMENTA

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. DIREITO DO CONSUMIDOR. ESPETÁCULOS CULTURAIS. DISPONIBILIZAÇÃO DE INGRESSOS NA *INTERNET*. COBRANÇA DE "TAXA DE CONVENIÊNCIA". EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. NÃO INDICAÇÃO. SÚMULA 284/STF. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. CLÁUSULAS ABERTAS E PRINCÍPIOS. BOA FÉ OBJETIVA. LESÃO ENORME. ABUSIVIDADE DAS CLÁUSULAS. VENDA CASADA ("*TYING ARRANGEMENT*"). OFENSA À LIBERDADE DE CONTRATAR. TRANSFERÊNCIA DE RISCOS DO EMPREENDIMENTO. DESPROPORCIONALIDADE DAS VANTAGENS. DANO MORAL COLETIVO. LESÃO AO PATRIMÔNIO IMATERIAL DA COLETIVIDADE. GRAVIDADE E INTOLERÂNCIA. INOCORRÊNCIA. SENTENÇA. EFEITOS. VALIDADE. TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

1. Cuida-se de ação coletiva de consumo na qual se pleiteia, essencialmente: *a*) o reconhecimento da ilegalidade da cobrança de "taxa de conveniência" pelo simples fato de a recorrida oferecer a venda de ingressos na *internet*; *b*) a condenação da recorrida em danos morais coletivos; e *c*) a condenação em danos materiais, correspondentes ao ressarcimento aos consumidores dos valores cobrados a título de taxa de conveniência nos últimos 5 (cinco) anos.

2. Recurso especial interposto em: 11/04/2016; conclusão ao Gabinete em: 03/08/2017; aplicação do CPC/15.

3. O propósito recursal é determinar se: *a*) ocorreu negativa de prestação jurisdicional; *b*) a disponibilização da venda de ingressos de espetáculos culturais na *internet* é facilidade que efetivamente beneficia os consumidores; *c*) existe abusividade na cobrança de "taxa de conveniência" aos consumidores; *d*) ocorre venda casada pela disponibilização desse serviço associado à aquisição do ingresso; e *e*) ocorreram danos morais de natureza coletiva.

4. A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição

nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial.

5. A essência do microsistema de defesa do consumidor se encontra no reconhecimento de sua vulnerabilidade em relação aos fornecedores de produtos e serviços, que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro.

6. O CDC adotou formas abertas e conceitos indeterminados para definir as práticas e cláusulas abusivas, encarregando o magistrado da tarefa de examinar, em cada hipótese concreta, a efetiva ocorrência de referidas práticas ilegais.

7. A boa-fé objetiva é uma norma de conduta que impõe a cooperação entre os contratantes em vista da plena satisfação das pretensões que servem de ensejo ao acordo de vontades que dá origem à avença, sendo tratada, de forma expressa, no CDC, no reconhecimento do direito dos consumidores de proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos ou serviços (art. 6º, IV, do CDC).

8. Segundo a lesão enorme, são abusivas as cláusulas contratuais que configurem lesão pura, decorrentes da simples quebra da equivalência entre as prestações, verificada, de forma objetiva, mesmo que não exista vício na formação do acordo de vontades (arts. 39, V, 51, IV, § 1º, III, do CDC).

9. Uma das formas de violação da boa-fé objetiva é a venda casada (*tying arrangement*), que consiste no prejuízo à liberdade de escolha do consumidor decorrente do condicionamento, subordinação e vinculação da aquisição de um produto ou serviço (principal – “tying”) à concomitante aquisição de outro (secundário – “tied”), quando o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal.

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.

11. O CDC prevê expressamente uma modalidade de venda casada, no art. 39, IX, que se configura em razão da imposição, pelo fornecedor ao consumidor, da contratação indesejada de um intermediário escolhido pelo fornecedor, cuja participação na relação comercial não é obrigatória segundo as leis especiais regentes da matéria.

12. A venda do ingresso para um determinado espetáculo cultural é parte típica e essencial do negócio, risco da própria atividade empresarial que visa o lucro e integrante do investimento do fornecedor, compondo, portanto, o custo básico embutido no preço.

13. Na intermediação por meio da corretagem, como não há relação contratual direta entre o corretor e o terceiro (consumidor), quem deve

arcar, em regra, com a remuneração do corretor é a pessoa com quem ele se vinculou, ou seja, o incumbente. Precedente.

14. A assunção da dívida do fornecedor junto ao intermediário exige clareza e transparência na previsão contratual acerca da transferência para o comprador (consumidor) do dever de pagar a comissão de corretagem. Tese repetitiva.

15. Na hipótese concreta, a remuneração da recorrida é integralmente garantida por meio da “taxa de conveniência”, cobrada nos moldes do art. 725 do CC/02, devida pelos consumidores que comprarem ingressos em seu meio virtual, independentemente do direito de arrependimento (art. 49 do CDC).

16. A venda pela *internet*, que alcança interessados em número infinitamente superior de do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores do espetáculo cultural de terem, no menor prazo possível, vendidos os espaços destinados ao público e realizado o retorno dos investimentos até então empregados e transfere aos consumidores parcela considerável do risco do empreendimento, pois os serviços a ela relacionados, remunerados pela “taxa de conveniência”, deixam de ser arcados pelos próprios fornecedores.

17. Se os incumbentes optam por submeter os ingressos à venda terceirizada em meio virtual (da *internet*), devem oferecer ao consumidor diversas opções de compra em diversos sítios eletrônicos, caso contrário, a liberdade dos consumidores de escolha da intermediadora da compra é cerceada, limitada unicamente aos serviços oferecidos pela recorrida, de modo a ficar configurada a venda casada, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC.

18. A potencial vantagem do consumidor em adquirir ingressos sem se deslocar de sua residência fica totalmente aplacada pelo fato de ser obrigado a se submeter, sem liberdade, às condições impostas pela recorrida e pelos incumbentes no momento da contratação, o que evidencia que a principal vantagem desse modelo de negócio – disponibilização de ingressos na internet – foi instituída em seu favor dos incumbentes e da recorrida.

19. *In casu*, não há declaração clara e destacada de que o consumidor está assumindo um débito que é de responsabilidade do incumbente – produtor ou promotor do espetáculo cultural – não se podendo, nesses termos, reconhecer a validade da transferência do encargo (assunção de dívida pelo consumidor).

20. Se, por um lado, o dano moral coletivo não está relacionado a atributos da pessoa humana (dor, sofrimento ou abalo psíquico) e se configura independentemente da demonstração de prejuízos concretos ou de efetivo abalo moral, de outro, somente ficará caracterizado se ocorrer uma lesão a valores fundamentais da sociedade e se essa vulneração ocorrer de forma injusta e intolerável.

Superior Tribunal de Justiça

21. Na espécie, a ilegalidade verificada não atinge valores essenciais da sociedade, tampouco possui o atributo da intolerabilidade, configurando a mera infringência à lei ou ao contrato em razão da transferência indevida de um encargo do fornecedor ao consumidor, o que é insuficiente para sua caracterização.

22. Os efeitos e a eficácia da sentença coletiva não estão circunscritos a lindes geográficos, mas aos limites objetivos e subjetivos do que foi decidido, levando-se em conta, para tanto, sempre a extensão do dano e a qualidade dos interesses metaindividuais postos em juízo, razão pela qual a presente sentença tem validade em todo o território nacional. Tese repetitiva.

23. Recurso especial parcialmente conhecido e, no ponto, parcialmente provido.



Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.737.428 - RS (2017/0163474-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : ASSOCIACAO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO SUL - ADECONRS
ADVOGADOS : RAFAEL CORREA DE BARROS BERTHOLD - RS062120
RICARDO DE OLIVEIRA SILVA FILHO - RS064834
ROBERTA DE OLIVEIRA SILVA - RS082560
CAMILA ADAM FIALHO - RS086517
RECORRIDO : INGRESSO RAPIDO PROMOCAO DE EVENTOS LTDA
ADVOGADOS : RENATO LUIS BUELONI FERREIRA - SP128006
ALINE ALMEIDA HECKMANN - RS037849

VOTO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI (Relator):

O propósito recursal é determinar se: *a)* ocorreu negativa de prestação jurisdicional; *b)* a disponibilização da venda de ingressos de espetáculos culturais na *internet* é facilidade que efetivamente beneficia os consumidores; *c)* existe abusividade na cobrança de “taxa de conveniência” aos consumidores; *d)* ocorre venda casada pela disponibilização desse serviço associado à aquisição do ingresso; e *e)* ocorreram danos morais de natureza coletiva.

Recurso especial interposto em: 11/04/2016.

Conclusão ao Gabinete em: 03/08/2017.

Aplicação do CPC/15

1. DA APONTADA OFENSA AOS ARTS. 489, II, e 1.022, I e II, do CPC/15 – DEFICIÊNCIA DA FUNDAMENTAÇÃO RECURSAL (SÚMULA 284/STF)

Em relação à aventada negativa de prestação jurisdicional, a recorrente se limitou a aduzir que, na hipótese de se entender não ter havido o prequestionamento dos dispositivos tidos por violados, deveria ser reconhecida a afronta aos arts. 489, II, e 1.022, I e II, do CPC/15.

Observa-se, todavia, que a recorrente não identificou de forma clara em que exatos pontos o Tribunal de origem teria se omitido de examinar as alegações suscitadas em seus embargos de declaração.

A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial. Aplica-se, neste caso, a Súmula 284/STF.

2. DAS PRÁTICAS E CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CDC

A essência do microssistema de defesa do consumidor se encontra no reconhecimento de sua vulnerabilidade em relação aos fornecedores de produtos e serviços, que são econômica, informativa e estruturalmente beneficiados pelo atual modelo de produção em massa.

A vulnerabilidade do consumidor, prevista no art. 4º, I, do CDC, tem por base, realmente, o fato de que "*os detentores dos meios de produção é que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro*" (GRINOVER, Ada Pellegrini (et. al.). Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, p. 69, sem destaque no original).

No propósito de combater essas desigualdades materiais, nosso CDC adotou formas abertas e conceitos indeterminados para definir as práticas e cláusulas abusivas, encarregando o magistrado da tarefa de examinar, em cada hipótese concreta, a efetiva ocorrência de referidas práticas ilegais.

Nesse contexto, a abusividade deve ser averiguada tendo como norte, além das hipóteses enumeradas de modo exemplificativo nos arts. 39 e 51 do CDC, os princípios gerais da boa-fé objetiva e da lesão enorme.

2.1. Da boa-fé objetiva

Segundo a boa-fé objetiva, prevista também de forma expressa no art. 422

do CC/02, as partes devem comportar-se de acordo com um padrão ético de confiança e de lealdade, de modo a permitir a concretização das justas expectativas que justificaram a celebração do contrato.

A boa-fé objetiva é, pois, uma norma de conduta que impõe a cooperação entre os contratantes em vista da plena satisfação das pretensões que servem de ensejo ao acordo de vontades que dá origem à avença.

De fato, a boa-fé objetiva "*obriga as partes a terem comportamento compatível com os fins econômicos e sociais pretendidos objetivamente pela operação negocial*", para, de forma recíproca, atuarem "*com consideração aos interesses comuns, em vista de se alcançar o efeito prático que justifica a própria existência do contrato*" (TEPEDINO, Gustavo (*et. al.*). Código Civil interpretado conforme a Constituição da República. Vol. II. Rio de Janeiro: Renovar, 2006, p. 16, sem destaque no original).

No direito do consumidor, os contornos da boa-fé objetiva estão expressos, entre outros, no direito de: *i*) obtenção de informação adequada (art. 6º, III, do CDC); *ii*) proteção contra a publicidade enganosa, abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos ou serviços (art. 6º, IV, do CDC); e *iii*) modificação de cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais (art. 6º, V, do CDC).

2.2. Da lesão enorme

Segundo a lesão enorme, complementar à boa-fé objetiva e tratada especificamente no sistema de proteção ao consumidor, são abusivas as cláusulas que configurem lesão pura, decorrentes da simples quebra da equivalência entre as prestações, verificada, de forma objetiva, mesmo que não exista vício na formação do acordo de vontades.

Realmente, nosso CDC disciplinou expressamente a lesão enorme no art. 39, V, tornando defeso ao fornecedor "*exigir do consumidor vantagem manifestamente*

excessiva”, e no art. 51, IV, e § 1º, III, fixando a abusividade de cláusulas que “*que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada*” e que “*se most[em] excessivamente onerosá[s] para o consumidor*”.

Assim, conforme destacado pela doutrina, “*isso quer dizer que a simples quebra da equivalência é suficiente para a extinção do contrato*” (AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. Cláusulas abusivas no Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). Estudos sobre a proteção do consumidor no Brasil e no MERCOSUL. Porto Alegre: Livraria do Advogado, Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, 1994, p. 13-32, sem destaque no original).

Nesse sentido, “*a cláusula abusiva é toda alteração da referida igualdade, própria da justiça comutativa, que desequilibre o contrato, tornando-o desvantajoso ao consumidor enquanto confere vantagem sem co-respectivo (sem “sinalagma”, do grego, câmbio) ao fornecedor*” (Luciano de Camargo Pentead. As cláusulas abusivas e o direito do consumidor, Jurisprudência Sistemática, RT, 725/93, mar. 1996).

3. DA PROTEÇÃO À AUTONOMIA DA VONTADE DO CONSUMIDOR

Os direitos de informação adequada e proteção contra métodos comerciais desleais, relacionados à boa-fé objetiva, são cruciais para a defesa do consumidor, cuja prerrogativa de decidir com quem, o que, quando e, especialmente, quanto pagar por um produto ou serviço se encontra em significativo desequilíbrio em relação às correlatas decisões do fornecedor, o que prejudica a liberdade de escolha e, como consequência, a igualdade na contratação (art. 6º, II, do CDC).

3.1. Da venda casada (*tying arrangement*) – art. 39, I, do CDC

Uma das condutas que podem ser praticadas pelos fornecedores que prejudica a liberdade de escolha na contratação pelo consumidor é a venda casada (*tying arrangement*), que se configura na subordinação e vinculação de *a)* aquisição conjunta

de dois produtos ou serviços; ou de *b)* limites quantitativos na aquisição de produtos ou serviços.

Trata-se, com efeito, do condicionamento da aquisição de um produto ou serviço (principal – “*tying*”) à concomitante aquisição de outro (secundário – “*tied*”), quando o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal.

De fato, na venda casada, o exercício dessa subordinação ou vinculação entre produtos e serviços resulta, sob o prisma do consumidor, na “*declaração de vontade irreal, de aquisição de um segundo produto ou serviço absolutamente dispensável*” (MIRAGEM, Bruno Nubens. Direito do consumidor. São Paulo: Ed. RT, 2008, p. 186).

De fato, “*a venda casada constante do artigo 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor se perfaz quando o fornecedor obriga o consumidor, na compra de um produto, a levar outro que não deseje, apenas para ter direito ao primeiro, seu verdadeiro intento, circunstância que violaria sua liberdade de escolha, direito básico do consumidor (art. 6º, inciso II, do CDC)*” (Melo, Tasso Duarte de. A definição de venda casada segundo a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Curitiba, v. 4, n. 13, p. 77-91, mar. 2014).

3.2. Da venda casada “às avessas”, indireta ou dissimulada

A doutrina e a jurisprudência enfrentaram, ademais, situação fática que se convencionou denominar venda casada “às avessas”, indireta ou dissimulada.

Referida prática também abusiva 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.

Essa circunstância é bem ilustrada na hipótese da exploração de exibição cinematográfica paralela à de serviços de lanchonete.

Superior Tribunal de Justiça

Ao examiná-la, esta e. 3ª Turma concluiu que "*ao compelir o consumidor a comprar dentro do próprio cinema todo e qualquer produto alimentício, a administradora dissimula uma venda casada e, sem dúvida alguma, limita a liberdade de escolha do consumidor (art. 6º, II, do CDC), o que revela prática abusiva: não obriga o consumidor a adquirir o produto, porém impede que o faça em outro estabelecimento*" (REsp 1331948/SP, Terceira Turma, DJe 05/09/2016).

Situação semelhante é enfrentada na contratação de seguro destinado a garantir o risco de financiamento bancário. Em relação ao ponto, a 2ª Seção definiu, em tese repetitiva, que "*nos contratos bancários em geral, o consumidor não pode ser compelido a contratar seguro com a instituição financeira ou com seguradora por ela indicada*", pois "*em qualquer contrato bancário, configura venda casada a prática das instituições financeiras de impor ao consumidor a contratação de seguro com determinada seguradora*" (REsp 1639259/SP, Segunda Seção, DJe 17/12/2018).

3.3. Da hipótese expressa de venda casada no CDC: recusa de venda direta – art. 39, IX, do CDC

Uma das formas de se praticar a venda casada especificamente previstas no CDC é a contida no art. 39, IX, de referido diploma legal, que trata da recusa à venda direta de qualquer bem a serviço a consumidor que disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento.

Essa prática abusiva se configura em razão da imposição, pelo fornecedor ao consumidor, da contratação indesejada de um intermediário escolhido pelo fornecedor, cuja participação na relação negocial não é obrigatória segundo as leis especiais regentes da matéria.

Conforme destaca a doutrina, o cerne dessa conduta abusiva é a de se restringir a escolha do consumidor, pois "*cuida-se de imposição de intermediários àquele que se dispõe a adquirir, diretamente, produtos e serviços mediante pronto pagamento*" (GRINOVER, Ada Pellegrini (et al.). Código Brasileiro de

Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto, Vol. I, 10ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 2011, pág. 393, sem destaque no original).

3.4. Da proporcionalidade e da licitude de operações vinculadas

Apesar da previsão da abusividade da venda casada, não se nega a existência de operações vinculadas lícitas, como ocorre nos pacotes de viagem e em inúmeras outras situações em que o mercado cria, desenvolve e oferece produtos e serviços cuja comercialização ocorre em conjunto.

Com efeito, o fator que caracteriza a ilicitude e o abuso da venda casada, que é a imposição da aquisição de produtos e serviços que são usualmente vendidos separados, pode ser mitigada caso oferecida uma correspondente vantagem ao consumidor.

Assim, apesar da possibilidade de venda isolada, permite-se ao fornecedor oferecer promoções, vantagens ou benefícios ao cliente que se propõe a adquirir mais de um produto ou serviço, ainda que, inicialmente, não tenha havido qualquer interesse do consumidor manifestado nesse sentido.

Essa vantagem há de ser, todavia, efetiva, pois, conforme ressalta a doutrina, a validade da oferta combinada será afastada se "*chegar ao ponto de condicionar um fornecimento a outro*", como na hipótese em que a diferença entre a aquisição conjunta e a isolada for "*acentuada a ponto de, na prática, forçar o [consumidor] a contratar também o outro produto oferecido, devendo [a diferença] situar-se em padrões relativamente módicos*" (THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira, Lições de Direito do Consumidor, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009, pág. 323).

4. DA VENDA DE INGRESSOS PELA *INTERNET*

4.1. Da disponibilização ao público dos ingressos como elemento essencial da cadeia produtiva

Vender o ingresso para um determinado espetáculo cultural é parte típica

do negócio, risco da própria atividade empresarial que visa o lucro e integrante do investimento do fornecedor, compondo, "*portanto, o custo básico embutido no preço*" (Rizzatto, Nunes. A abusividade na questão da corretagem na venda de imóveis pelas construtoras: análise doutrinária e a jurisprudência do Tribunal de Justiça de São Paulo. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Curitiba, v. 4, n. 16, p. 53-63, dez. 2014, sem destaque no original).

Com efeito, é impossível conceber a realização de espetáculo cultural cujo propósito seja a obtenção de lucro por meio do acesso do público consumidor sem que a venda do ingresso integre a própria escala produtiva e comercial do empreendimento.

Aliás, a venda do ingresso ao consumidor final corresponde à fase principal da cadeia produtiva; aquela por meio da qual os serviços anteriormente prestados serão efetivamente remunerados e que determinará o sucesso ou não do negócio.

O oferecimento dos ingressos ao público interessado pode ocorrer, desse modo, pelo próprio promotor ou produtor do evento, ou pode ser terceirizada a pessoa ou empresa especializada nessa específica fase do empreendimento.

4.1. Da intermediação

Uma das modalidades pelas quais essa fase final da cadeia produtiva pode ser terceirizada é por meio de contrato de intermediação, tipificada na nossa legislação civil, por exemplo, no contrato de corretagem, cuja causa é definida, no art. 722 do CC/02, como a obtenção, por uma pessoa não ligada a outra em virtude de mandato, prestação de serviços ou relação de dependência, de terceiros para a concretização de negócios em favor da segunda.

Como se vê dos elementos típicos de referido contrato, uma de suas características essenciais é que não há acordo de vontades entre o consumidor (terceiro) e o corretor, pessoa física ou sociedade corretora, mas sim entre o fornecedor de produto ou serviço (incumbente) e o corretor.

No ponto, a doutrina destaca que "*o contrato de corretagem [é] formado por*

dois figurantes, cada qual posicionado em um dos lados: o incumbente e o corretor", sendo este último " *a pessoa quem, à conta do incumbente, exercerá a atividade intermediatriz, para encontrar terceiro que conclua negócio jurídico com o incumbente, e, como resultado, adquira direito à comissão*" (Martins-Costa, Judith, Haical, Gustavo. Contrato de corretagem imobiliária. Elementos de existência, validade e eficácia. Usos do setor. Contato social de consumo. Dever de informar. Venda casada e assunção de dívida. Pagamento indevido de comissão de corretagem. Responsabilidade solidária entre incorporadora e imobiliária. Prazo prescricional. Revista dos Tribunais: RT, São Paulo, v. 105, n. 966, p. 261-303, abr. 2016).

Outra característica essencial do contrato de corretagem é a remuneração do corretor, que é, nos termos do art. 725 do CC/02, devida " *uma vez que tenha conseguido o resultado previsto no contrato de mediação, ou ainda que este não se efetive em virtude de arrependimento das partes*" (sem destaque no original).

4.2. Da transferência ao consumidor do encargo da remuneração do corretor

Esta Corte já se pronunciou sobre a transferência ao consumidor do encargo da remuneração do corretor, tendo asseverado que " *como não há relação contratual direta entre o corretor e o terceiro, quem deve arcar, em regra, com a remuneração do corretor é a pessoa com quem ele se vinculou, ou seja, o incumbente*" (REsp 1599511/SP, Segunda Seção, DJe 06/09/2016, sem destaque no original).

A Segunda Seção concluiu, nessa oportunidade, todavia, ser lícita a assunção pelos consumidores da dívida do incumbente com o corretor, desde que respeitado o dever de informação imposto ao fornecedor, havendo, assim, " *necessidade de clareza e transparência na previsão contratual acerca da transferência para o comprador ou promitente-comprador (consumidor) do dever de pagar a comissão de corretagem*" (REsp 1599511/SP, Segunda Seção, DJe 06/09/2016, sem destaque no original).

5. DA HIPÓTESE CONCRETA

5.1. Do entendimento do acórdão recorrido

Na presente hipótese, o Tribunal de origem reformou a sentença de parcial procedência dos pedidos sob o fundamento de que o serviço prestado pela ré consiste em viabilizar a venda *online* de ingressos de espetáculos culturais; serviço que deve ter adequada remuneração, sob pena da ocorrência de enriquecimento sem causa dos consumidores.

Consignou que o serviço oferece uma comodidade inerente ao consumidor, que deixa de adquirir os ingressos por meios convencionais presenciais. Aduziu que nunca teria havido a restrição de sua liberdade de escolha, pois a aquisição do ingresso pelos métodos presenciais e sem cobrança da taxa de conveniência permaneceria disponível.

Ressaltou que a recorrida auferir seu lucro exclusivamente pela taxa de conveniência, pois o custo do ingresso remunera somente o produtor do evento, e destacou que a “taxa de entrega” não representa cobrança em duplicidade, pois remunera serviço adicional e opcional prestado àqueles que escolherem ter o ingresso encaminhado a seu domicílio ou trabalho.

Concluiu, assim, em síntese, pela não ocorrência de venda casada ou de abusividade ante à livre possibilidade de aquisição de ingressos pelos meios virtuais e presenciais comuns, estando as taxas cobradas relacionadas a serviços que oferecem comodidades aos consumidores.

5.2. Considerações

As premissas selecionadas no acórdão recorrido refletem apenas uma parcela da realidade jurídica envolvida no oferecimento de ingressos de espetáculos culturais na *internet* por terceiros, como a recorrida.

Com efeito, ao dar ênfase às supostas vantagens, comodidades e liberdades oferecidas aos consumidores, a fundamentação do acórdão recorrido se olvida de

Superior Tribunal de Justiça

examinar as vantagens, comodidades e liberdades que são gozadas, em proporção muito maior, pela própria recorrida e pelos promotores de referidos eventos culturais.

Quanto às vantagens da recorrida, verifica-se das premissas fáticas do acórdão recorrido a informação de que sua remuneração é integralmente realizada pela denominada "taxa de conveniência", a qual, conforme delineado nos autos, apresenta a característica de comissão de corretagem pela venda dos ingressos pelo meio virtual.

De fato, essa remuneração segue o padrão definido no art. 725 do CC/02, uma vez que somente é cobrada caso o consumidor adquira o ingresso no sítio eletrônico da recorrida (e não antecipadamente dos promotores do evento), e é devida mesmo em caso de arrependimento das partes.

Referida característica, incontroversa nos autos, é ressaltada pela cláusula 4.1. da política de vendas da recorrida de que "*em caso de arrependimento do cliente, o reembolso do valor do ingresso será efetuado, descontando as taxas de serviço (conveniência) e entrega (se houver)*" (sem destaque no original).

A posição de superioridade da recorrida com a adoção desse modelo de remuneração é evidente: desde que o consumidor tenha efetuado a aquisição do ingresso em seu *site*, terá garantida sua remuneração, independentemente de exercício do direito ao arrependimento (durante o prazo de reflexão do art. 49 do CDC, garantido por se tratar de uma compra realizada fora do estabelecimento comercial). Se exercido o arrependimento por um consumidor, pode a recorrida revender o ingresso a terceiros, cobrando nova "taxa de conveniência".

Um segundo ponto da realidade jurídica não observada na fundamentação do acórdão recorrido se refere às comodidades e vantagens usufruídas pelos produtores e promotores dos espetáculos culturais.

A venda pela *internet*, que alcança interessados em número infinitamente superior de do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores do espetáculo cultural de terem, no menor prazo possível, vendidos os espaços destinados ao público e realizado o retorno dos investimentos até então

empregados.

Ademais, esses fornecedores, em vez de oferecer os ingressos dos espetáculos que produzem e promovem em meio virtual (*internet*) por conta própria – situação na qual teriam de arcar com os custos de divulgação e segurança das transações – terceirizam a atividade por meio da atuação da recorrida, que é remunerada por taxa paga pelos consumidores.

Ao assim procederem, os fornecedores transferem aos consumidores parcela considerável do risco do empreendimento compreendido nessa fase da atividade produtiva, pois os serviços a ela relacionados, remunerados pela “taxa de conveniência”, deixam de ser arcados pelos próprios fornecedores.

A fundamentação do acórdão recorrido desconsidera, ainda, outro fator essencial relacionado à essa circunstância, consistente no fato de que essa intermediação é realizada pela recorrida em favor dos incumbentes – promotores de eventos culturais –, pois oferecida como um serviço adicional dentro das condições impostas pela recorrida e dentro da restrição da liberdade de contratar imposta por ela e pelos próprios incumbentes aos consumidores.

De fato, a fim de preservar a boa-fé e a liberdade contratual dos consumidores, os incumbentes, ao optarem por submeter os ingressos à venda terceirizada em meio virtual (da *internet*), devem oferecer ao consumidor diversas opções de compra em diversos sítios eletrônicos, caso contrário, a liberdade dos consumidores de escolha da intermediadora da compra é cerceada, limitada unicamente aos serviços oferecidos pela recorrida, de modo a ficar configurada a venda casada, ainda que em sua modalidade indireta ou “às avessas”, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC.

Ademais, é fictícia a liberdade do consumidor em optar pela aquisição virtual ou pela presencial, ante a uma acentuada diferença de benefícios entre essas duas opções: ou o consumidor adquire seu ingresso por meio virtual e se submete à cobrança da taxa de 18% do valor do ingresso (e-STJ, fl. 480), tendo ainda que pagar uma nova taxa para receber o ingresso em seu domicílio; ou, a despeito de residir ou não na cidade em

que será realizado o espetáculo cultural, adquire o ingresso de forma presencial, correndo o risco de que todos os ingressos já tenham sido vendidos em meio virtual, enfrentando filas e deslocamentos.

Essa saliente discrepância acaba, na prática, por impor ao consumidor o uso da ferramenta virtual de aquisição de ingressos oferecida pela recorrida, com o pagamento do correspondente serviço por ela prestado, mesmo que seu intuito inicial seja somente o de adquirir o direito de comparecer a um determinado espetáculo cultural.

Assim, não fosse a restrição da liberdade contratual bastante para macular a validade da cobrança da "taxa de conveniência", por violação da boa-fé objetiva, esses fatores adicionais agora enumerados também têm o condão de modificar substancialmente o cálculo da proporcionalidade das prestações envolvidas no contrato, não sendo mais possível vislumbrar o equilíbrio pretendido pelas partes no momento da contratação ou eventual vantagem ao consumidor com o oferecimento conjunto dos serviços.

Realmente, a potencial vantagem do consumidor em adquirir ingressos sem se deslocar de sua residência fica totalmente aplacada pelo fato de ser obrigado a se submeter às condições impostas pela recorrida no momento da contratação, entre eles o valor da taxa, o que evidencia, mais uma vez, que a principal vantagem desse modelo de negócio – disponibilização de ingressos na *internet* – não foi instituída em seu favor.

Por fim, mas não menos importante, o serviço de intermediação oferecido pela recorrida apresenta mais uma peculiaridade: a de que não há declaração clara e destacada de que o consumidor está assumindo um débito que é de responsabilidade do incumbente – produtor ou promotor do espetáculo cultural – não se podendo, nesses termos, reconhecer a validade da transferência do encargo (assunção de dívida pelo consumidor), conforme definido em caso análogo submetido ao rito dos recursos especiais repetitivos.

Verifica-se, portanto, da soma desses fatores, o desequilíbrio do *"contrato, tornando-o desvantajoso ao consumidor enquanto confere vantagem sem correspectivo*

(sem "sinalagma", do grego, câmbio) ao fornecedor", o que também acaba por vulnerar o princípio da vedação à lesão enorme, previsto nos arts. 39, V, e 51, IV, do CDC.

Desse modo, deve ser reconhecida a abusividade da prática da venda casada imposta ao consumidor em prestação manifestamente desproporcional, devendo ser admitido que a remuneração da recorrida mediante a "taxa de conveniência" deveria ser de responsabilidade das promotoras e produtoras de espetáculos culturais, verdadeiros beneficiários do modelo de negócio examinados nos autos, com a conseqüente condenação da recorrida em danos materiais, correspondentes ao ressarcimento aos consumidores dos valores cobrados a título de taxa de conveniência nos últimos 5 (cinco) anos.

6. DO DANO MORAL COLETIVO

O dano moral coletivo é categoria autônoma de dano que, apesar de estar relacionada à integridade psico-física da coletividade, não se identifica com aqueles tradicionais atributos da pessoa humana (dor, sofrimento ou abalo psíquico). Resulta, de fato, da "*ampliação do conceito de dano moral [...], envolvendo não apenas a dor psíquica*" (REsp 1.397.870/MG, Segunda Turma, DJe 10/12/2014).

Com efeito, a integridade psico-física da coletividade vincula-se a seus valores fundamentais, que refletem, no horizonte social, o largo alcance da dignidade de seus membros e o padrão ético dos indivíduos que a compõem, que têm natureza extrapatrimonial, pois seu valor econômico não é mensurável.

Em consequência de não visar reconstituir um específico bem material passível de avaliação econômica, o dano moral coletivo tem por objetivo estabelecer, preponderantemente, sancionamento exemplar ao ofensor, e também conferir destinação de proveito coletivo ao dinheiro recolhido indevidamente, o que equivale a uma reparação traduzida em compensação indireta para a coletividade.

Assim, o dano moral coletivo cumpre três funções: *a)* evitar o enriquecimento ilícito e proporcionar uma reparação indireta à injusta e intolerável lesão

de um direito extrapatrimonial superior da coletividade; *b*) sancionar o ofensor; e *c*) inibir condutas ofensivas a tais direitos transindividuais.

6.1. Da lesão injusta e intolerável de valores essenciais da sociedade

O dano moral coletivo visa ressarcir, punir e inibir a injusta e intolerável lesão aos valores primordiais de uma coletividade.

De fato, nos termos da jurisprudência desta Corte " *o dano moral coletivo, compreendido como o resultado de uma lesão à esfera extrapatrimonial de determinada comunidade, se dá quando a conduta agride, de modo totalmente injusto e intolerável, o ordenamento jurídico e os valores éticos fundamentais da sociedade em si considerada, a provocar repulsa e indignação na consciência coletiva*" (REsp 1473846/SP, Terceira Turma, DJe 24/02/2017, sem destaque no original).

Assim, se, por um lado, o dano moral coletivo não está relacionado a atributos da pessoa humana (dor, sofrimento ou abalo psíquico) e se configura *in re ipsa*, dispensando a demonstração de prejuízos concretos ou de efetivo abalo moral, de outro, somente ficará caracterizado se ocorrer uma lesão a valores fundamentais da sociedade e se essa vulneração ocorrer de forma injusta e intolerável.

Logo, " *não basta a mera infringência à lei ou ao contrato para a sua caracterização*" (REsp 1.473.846/SP, Terceira Turma, DJe 24/02/2017).

6.2. Da ocorrência de dano a valores fundamentais na hipótese concreta

Embora a lesão aos valores essenciais da comunidade possa decorrer da ofensa a direitos individuais homogêneos – dada sua transcendência em relação aos interesses meramente particulares dos envolvidos – essa lesão tem de ser injusta e intolerável e, ao mesmo tempo, relacionar-se a valores essenciais da sociedade.

Na hipótese em exame, a violação verificada no presente voto – a exigência

de uma taxa considerada abusiva em razão de sua desproporcionalidade e da prática de venda casada –, embora infrinja a liberdade de contratar, não atinge valores essenciais da sociedade, tampouco possui o atributo da intolerabilidade, configurando a mera infringência à lei ou ao contrato em razão da transferência indevida de um encargo do fornecedor ao consumidor, o que é insuficiente para sua caracterização.

Assim, o acórdão recorrido merece ser mantido no ponto, não sendo imposta à recorrida a condenação ao ressarcimento de danos morais coletivos.

7. DA EFICÁCIA TERRITORIAL DA SENTENÇA DA AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO QUE VERSE SOBRE INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGENEOS

Em recentíssimos julgados, esta e. 3ª Turma tem adotado a orientação de que a matéria relacionada à fixação dos limites da eficácia da coisa julgada de ações coletivas que versem sobre interesses individuais homogêneos está pacificada no STJ, haja vista ter sido objeto de exame em recurso especial representativo da controvérsia.

Com efeito, referida questão já foi equacionada pela Corte Especial no julgamento do REsp 1.243.887/PR, Corte Especial, DJe 12/12/2011, que foi submetido ao rito do art. 543-C do CPC/73 e do qual resultou a tese repetitiva de que *"os efeitos e a eficácia da sentença não estão circunscritos a lindes geográficos, mas aos limites objetivos e subjetivos do que foi decidido, levando-se em conta, para tanto, sempre a extensão do dano e a qualidade dos interesses metaindividuais postos em juízo (arts. 468, 472 e 474, CPC e 93 e 103, CDC)".*

Em relação aos supostos reflexos constitucionais da matéria, deve ser destacado que a medida liminar deferida na ADI 1.576-1 MC (STF, ADI 1576 MC,

Superior Tribunal de Justiça

Tribunal Pleno, julgado em 16/04/1997, DJ 06/06/2003) foi declarada insubsistente por seu Relator por meio da Mensagem 93 dirigida à Presidência da República em 08/08/1997, haja vista a referida ação direta de inconstitucionalidade ter sido declarada prejudicada por falta de aditamento, em decisão proferida em 17/07/1997. Referida ADI já foi, inclusive, baixada ao arquivo do STF, em 08/07/2003.

Não o suficiente, a decisão proferida pelo e. Min. Alexandre de Moraes nos autos do RE 1.101.937, publicada no DJe de 05/12/2018, foi impugnada por meio de agravo interno em 06/12/2019, ainda pendente de julgamento, o que evidencia a não ocorrência de seu trânsito em julgado.

Ainda quanto ao tema, esta e. 3ª Turma decidiu recentemente que "*a tese de repercussão geral resultado do julgamento do RE 612.043/PR (Tese 499/STF) tem seu alcance expressamente restringido às ações coletivas de rito ordinário, as quais tratam de interesses meramente individuais, sem índole coletiva, pois, nessas situações, o autor se limita a representar os titulares do direito controvertido, atuando na defesa de interesses alheios e em nome alheio*" (REsp 1554821/RS, Terceira Turma, DJe 04/10/2018, sem destaque no original).

Assinale-se, por oportuno, que, após a citada medida cautelar na ADI 1576, o e. STF se debruçou novamente sobre o ponto controvertido, tendo definido, no exame da Tese de Repercussão Geral 715/STF (ARE 796473), que "*a questão da limitação territorial da eficácia da decisão proferida em ação coletiva tem natureza infraconstitucional, e a ela se atribuem os efeitos da ausência de repercussão geral*" (sem destaque no original).

Na ocasião, o e. Relator, Min. Gilmar Mendes, destacou que "*a controvérsia em exame discute questão atinente à limitação territorial da*

Superior Tribunal de Justiça

eficácia da decisão proferida em ação coletiva, questão que se restringe ao âmbito infraconstitucional (Lei de Ação Civil Pública e Código de Processo Civil), razão pela qual aplicou o entendimento de que "*configura ofensa reflexa ao texto constitucional [...], o que inviabiliza o prosseguimento do recurso extraordinário*" (STF, ARE 796.473, Plenário Virtual, DJe de 21/10/2014).

De fato, a definição dos limites da eficácia da sentença proferida em ação coletiva que verse sobre interesses individuais homogêneos prescinde da aplicação de preceitos constitucionais e da declaração de inconstitucionalidade de dispositivos legais, sendo fixada a partir de interpretação sistemática das disposições infraconstitucionais que regem a tutela coletiva.

Realmente, como ressaltado em julgado recentíssimo desta e. 3ª Turma, "*o art. 16 da Lei nº 7.347/1985 (alterado pelo art. 2º-A da Lei nº 9.494/1997) deve ser interpretado de forma harmônica com as demais normas que regem a tutela coletiva de direitos*" (REsp 1.594.024/SP, Terceira Turma, DJe 05/12/2018).

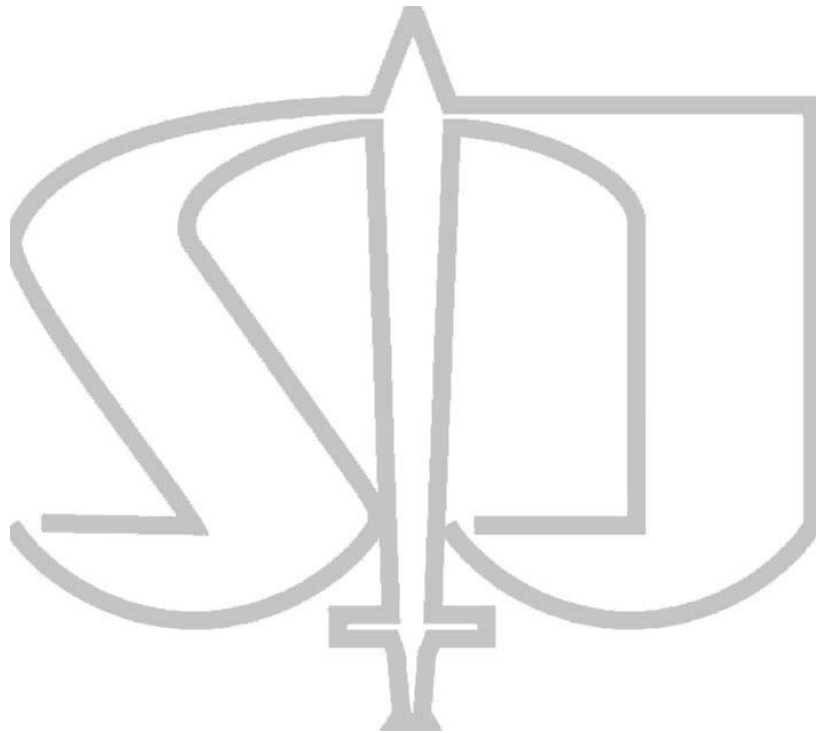
Aliás, o entendimento mais recente do órgão jurisdicional máximo desta Corte coaduna-se com essa linha, consignando "*ser indevido limitar a eficácia de decisões proferidas em ações civis públicas coletivas, de maneira apriorística, ao território da competência do órgão julgante*" (AgInt nos EREsp 1.447.043/SP, Corte Especial, DJe 13/09/2018).

A sentença proferida nos autos da presente ação coletiva de consumo tem, portanto, validade em todo o território nacional, respeitados os limites objetivos e subjetivos do que decidido.

8. CONCLUSÃO

Superior Tribunal de Justiça

Forte nessas razões, CONHEÇO PARCIALMENTE do recurso especial e, no ponto, lhe DOU PARCIAL PROVIMENTO para, nos termos da fundamentação, REESTABELECER A SENTENÇA.



**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2017/0163474-2 **PROCESSO ELETRÔNICO REsp 1.737.428 / RS**

Números Origem: 00111300670070 00744388120138210001 111300670070 70061877197 70069085074
70070248604

EM MESA

JULGADO: 12/03/2019

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **MOURA RIBEIRO**

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. **HINDEMBURGO CHATEAUBRIAND PEREIRA DINIZ FILHO**

Secretário

Bel. **WALFLAN TAVARES DE ARAUJO**

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : ASSOCIACAO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DO RIO GRANDE DO
SUL - ADECONRS

ADVOGADOS : RAFAEL CORRÊA DE BARROS BERTHOLD - RS062120
RICARDO DE OLIVEIRA SILVA FILHO - RS064834
ROBERTA DE OLIVEIRA SILVA - RS082560
CAMILA ADAM FIALHO - RS086517

RECORRIDO : INGRESSO RAPIDO PROMOCAO DE EVENTOS LTDA

ADVOGADOS : RENATO LUIS BUELONI FERREIRA - SP128006
ALINE ALMEIDA HECKMANN - RS037849

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Responsabilidade do Fornecedor

CERTIDÃO

Certifico que a egrégia TERCEIRA TURMA, ao apreciar o processo em epígrafe na sessão realizada nesta data, proferiu a seguinte decisão:

A Turma, por maioria, conheceu em parte do recurso especial e, nesta parte, deu-lhe provimento, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Vencidos os Srs. Ministros Ricardo Villas Bôas Cueva e Marco Aurélio Bellizze, no que tange ao efeito de repercussão nacional da decisão. Votaram com a Sra. Ministra Nancy Andrighi os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino e Moura Ribeiro.