

## **PARECER N° , DE 2010**

Da COMISSÃO DE MEIO AMBIENTE, DEFESA DO CONSUMIDOR E FISCALIZAÇÃO E CONTROLE, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei da Câmara nº 35, de 2009 (nº 2.125, de 2007, na origem), de autoria do Deputado Felipe Bornier, que *obriga o fornecedor de produto cultural pela internet a tornar disponível a venda de meia-entrada por esse veículo.*

**RELATOR: Senador JAYME CAMPOS**

### **I – RELATÓRIO**

Com o propósito de tornar obrigatória a disponibilização da meia-entrada por parte dos fornecedores de produtos culturais pela internet, foi apresentado o Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 35, de 2009 (PL nº 2.125, de 2007, na origem), de autoria do Deputado Felipe Bornier.

Inicialmente, o PLC nº 35, de 2009, dispõe que o fornecedor de produto cultural pela internet fica obrigado a tornar disponível a venda de meia-entrada por esse veículo (art. 1º). Em seguida, estabelece que, para se beneficiar da meia-entrada, o consumidor deverá apresentar a documentação requerida, no momento do ingresso ao evento cultural. Entretanto, na impossibilidade de comprovar que faz jus a esse direito, o comprador perderá o ingresso (art. 2º, *parágrafo único*).

Caso o fornecedor do produto desobedeça os dispositivos contidos na lei proposta, estará sujeito às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (art. 3º).

Na Câmara dos Deputados, a proposição foi apreciada pelas Comissões de Defesa do Consumidor (CDC) e de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), que se pronunciaram por sua aprovação.

Encaminhada ao Senado Federal, a proposição foi distribuída às Comissões de Educação, Cultura e Esporte (CE), de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) e de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA). Tendo sido aprovado nas duas primeiras comissões, o projeto, atualmente, encontra-se em exame na CMA, à qual cabe a decisão terminativa.

A proposição não recebeu emendas.

## II – ANÁLISE

Neste colegiado, em atendimento às disposições regimentais, o projeto deverá ser apreciado à luz dos ditames da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor.

Considerando o alentado volume de aquisição de ingressos pela rede mundial de computadores observado nos dias atuais, não há como o fornecedor se eximir da obrigatoriedade de oferecer aos interessados a venda de meia-entrada pela internet, alegando, entre outras razões, a impossibilidade de comprovação prévia da condição do beneficiário. Tal alegação não se sustenta, uma vez que, na maioria das vezes, essa comprovação ocorre justamente no momento do acesso às dependências do local do evento cultural.

Por ocasião da análise da proposição na CCT, onde foi aprovada, o relator destacou que o projeto não impõe obrigação atípica ou excessiva aos fornecedores de produtos culturais. Ao tempo em que considerou que o Estado não pode permitir a recusa das empresas na adoção dessa tecnologia, particularmente eficaz quanto à divulgação e ao consumo de produtos culturais, o parecer aprovado chamou a atenção para o impacto positivo da medida em relação ao custo arcado pelos fornecedores. De fato, é notório que a venda pela internet permite reduzir o número de posições de atendimento presencial no local do evento, tal como ocorreu com bancos e companhias aéreas.

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, dispõe, em seu art. 56, que as infrações às normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, a uma série de sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas. Entre as sanções previstas estão: multa, suspensão de fornecimento de produtos ou

serviço, suspensão temporária de atividade, revogação de concessão ou permissão de uso, cassação de licença do estabelecimento ou de atividade e interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade. Entendemos que tais medidas revelam-se proporcionais ao descumprimento do que é disposto no PLC nº 35, de 2009. Por outro lado, havendo uma lei tão detalhada para a defesa do consumidor, não faz sentido que se criem outras medidas.

Dessa maneira, revela-se meritório o propósito contido no PLC nº 35, de 2009. Adicionalmente, por se tratar de apreciação terminativa, à CMA compete pronunciar-se sobre os aspectos de constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e técnica legislativa, sobre os quais nada há a obstar.

Entretanto, o art. 1º da proposição contém elemento que pode levar a uma interpretação ambígua do que se pretende com a norma, pois faz menção a “fornecedor de produto ou serviço cultural pela internet”. A expressão “produto” pode significar uma diversidade muito grande de bens culturais vendidos pela internet, tais como livros, discos e vídeos. Assim sendo, para que seja superada a ambiguidade, propomos que a referência seja feita a “fornecedor de ingresso para evento cultural pela internet”. Para tanto, propomos os ajustes necessários na ementa e no art. 1º do PLC nº 35, de 2009.

### **III – VOTO**

Pelo exposto, o voto é pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica legislativa da proposição, e, no mérito, pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei da Câmara nº 35, de 2009 (PL nº 2.125, de 2007, na origem), com as emendas a seguir apresentadas.

#### **EMENDA Nº – CMA**

Dê-se à ementa do Projeto de Lei da Câmara nº 35, de 2009 (PL nº 2.125, de 2007, na origem), a seguinte redação:

“Obriga o fornecedor de ingresso para evento cultural pela internet a tornar disponível a venda de meia-entrada por esse veículo.”

**EMENDA N° – CMA**

Dê-se ao art. 1º do Projeto de Lei da Câmara nº 35, de 2009 (PL nº 2.125, de 2007, na origem), a seguinte redação:

**“Art. 1º** O fornecedor de ingresso para evento cultural pela internet fica obrigado a tornar disponível a venda de meia-entrada por esse veículo.”

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator