



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Rua Riachuelo 115, sala 130 – Centro – São Paulo/SP - CEP 01007-904

Fone: 3119-9061 / Fax: 3119-9060

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA \_\_\_\_ª  
VARA CÍVEL DO FORO CENTRAL DA COMARCA DA CAPITAL**

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO**, por intermédio de sua Promotora de Justiça do Consumidor que ao final assina, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Excelência, com fundamento no art. 129, inc. III, da Constituição da República, nos arts. 81, parágrafo único, incs. I, II e III, e 82, inc. I, ambos do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), no art. 5º *caput*, da Lei Federal 7.347/85, e no art. 25, inc. IV, letra “a”, da Lei Federal 8.625/93, propor **Ação Civil Pública**, a ser processada pelo rito ordinário, em face de **TIS EVENTOS CULTURAIS LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, empresa inscrita no CNPJ sob nº 10.316.298/0001-05, com sede na rua do Oratório, 1606, conj. 201, Moóca, São Paulo/SP, CEP 03116-000, em razão dos fundamentos de fato e de direito e com os pedidos a seguir deduzidos:

#### **I - DOS FATOS**

A ré, cujo nome fantasia é **TICKET360**, é sociedade que presta serviços na área de venda, administração e distribuição



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTÓRIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

de ingressos relativos a diversos tipos de eventos.<sup>1</sup> Assim, ela vende aos consumidores, por meio de seu sítio eletrônico ([www.ticket360.com.br](http://www.ticket360.com.br)), de telefone (*call center*) ou de pontos de venda, bilhetes de acesso a tais eventos.

Apurou-se nos autos do Inquérito Civil nº 14.161.2029/12, cuja cópia instrui a presente ação que, além da já conhecida “taxa de serviço” ou “taxa de conveniência”, que seria a remuneração pelo serviço de venda eletrônica prestada ao consumidor, a ré cobra do consumidor que opta por retirar pessoalmente os ingressos na bilheteria no dia do evento a denominada “*taxa de retirada*”.

Com efeito, ao consumidor que adquire ingressos para um determinado evento por meio do sítio eletrônico da ré, são oferecidas duas opções para a entrega dos bilhetes: (1) pagar a taxa de serviço e uma taxa de entrega, para receber os ingressos diretamente em sua casa; (2) pagar a taxa de serviço mais a *taxa de retirada*, para retirar ele próprio os ingressos na bilheteria.

Ou seja, a ré oferece a seus consumidores a opção de receber o ingresso em seu domicílio ou outro endereço que indicar, cobrando, para tanto, uma taxa de entrega. Entretanto, para aquele consumidor que optar pela retirada do ingresso no próprio local do evento, a requerida também cobra do consumidor um valor extra, a denominada *taxa de retirada*.

---

<sup>1</sup> Conforme informações constantes no sítio eletrônico [www.ticket360.com.br/empresa](http://www.ticket360.com.br/empresa). Acesso em 11/04/2014.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Logo, além da taxa de conveniência ou taxa de serviço, há outra cobrança, em duas formas diversas, das quais não tem como escapar o consumidor: (a) taxa de entrega, se os ingressos são entregues em domicílio; (b) *taxa de retirada*, se os ingressos são retirados no próprio local do evento. Quer dizer: não adianta ele optar por retirar o ingresso no local do evento porque também será submetido a cobrança.

Segundo informou a ré no curso do procedimento investigatório, a *taxa de retirada* é cobrada no valor único de R\$ 10,00 (dez reais) por consumidor, independentemente do número de ingressos comprados (fl. 52). E, ao tentar justificar a cobrança, afirmou que ela decorre de "*um custo operacional com os funcionários que montam a estrutura de atendimento*" (fl. 53).

Em termos práticos, o aperfeiçoamento da compra e venda do ingresso fica condicionado à contratação de outros serviços (entrega em domicílio ou retirada pelo próprio consumidor na bilheteria).

O resultado de tal prática comercial da ré é que o consumidor, parte vulnerável da relação de consumo (CDC, art. 4º, I), fica sujeito a pagamentos indevidos, abusivos, em acréscimo ilícito ao valor do ingresso.

Na matemática da ré, só duas equações são possíveis ao consumidor:



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

**Opção A:**

R\$ preço do ingresso  
+ R\$ taxa de conveniência  
+ R\$ taxa de entrega  
-----  
= R\$ preço pago pelo consumidor

**Opção B:**

R\$ preço do ingresso  
+ R\$ taxa de conveniência  
+ R\$ taxa de retirada  
-----  
= R\$ preço pago pelo consumidor

O consumidor, enfim, acaba sempre pagando para receber o ingresso que comprou, mesmo que ele pessoalmente vá retirá-lo e o faça no próprio local do evento.

Tal prática comercial, consubstanciada em cobrar do consumidor para que ele retire, diretamente na bilheteria, os ingressos pelos quais pagou, é ilícita, como adiante se verá, e deve, então, ser proscrita.

**II - DO DIREITO**

**A ilicitude da taxa de retirada: a ausência de contraprestação**

No mercado de consumo, como de resto em todo campo do Direito das Obrigações, à cobrança de um preço deve



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

corresponder uma efetiva prestação de serviço ou entrega de produto. Caso contrário, teremos o *enriquecimento sem causa*, vedado pelo ordenamento jurídico (CC, art. 884: “Aquele que, sem justa causa, se enriquecer à custa de outrem, será obrigado a restituir o indevidamente auferido, feita a atualização dos valores monetários.”). Segundo ORLANDO GOMES, “para se saber se houve enriquecimento sem causa, indagará o intérprete se a vantagem patrimonial obtida é atribuída por uma razão justa, por um título legítimo, por um motivo lícito”.<sup>2</sup>

A toda importância cobrada do consumidor a título de preço deve corresponder uma efetiva contrapartida proporcional. O preço, portanto, nas relações de consumo, justifica-se na medida em que significar a remuneração cobrada e paga por uma autêntica contraprestação, que pode ser um produto ou serviço.

No entanto, a *taxa de retirada* é exigida do consumidor sem que nenhum serviço adicional lhe seja prestado, configurando patente enriquecimento sem causa do fornecedor. Ao mesmo tempo, exige-se do consumidor vantagem manifestamente excessiva, prática abusiva expressamente vedada pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 39, V).

**A entrega do ingresso vendido é inerente à própria venda.** Sem a entrega, perder-se-ia a essência do próprio negócio (venda do ingresso), já que não se consegue imaginar que alguém compre um ingresso (ou qualquer outra coisa) para jamais recebê-lo. Quem vende tem que entregar.

---

<sup>2</sup> *Obrigações*, Rio de Janeiro: Forense. 8ª ed., p. 303..



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Por isso é que, *ex vi lege*, a **tradição** ou a **entrega da coisa** vendida é a principal e essencial obrigação do vendedor, como se depreende do art. 481 do Código Civil, segundo o qual “pelo contrato de compra e venda, um dos contratantes se obriga a transferir o domínio de certa coisa, e o outro, a pagar-lhe certo preço em dinheiro”.

Entregar aquilo que se vendeu não constitui, pois, um serviço à parte, acrescido opcionalmente à venda. Antes, entregar o objeto da venda e compra é a obrigação primeira e essencial à compra e venda. Diz-se mesmo que a obrigação de entregar é congênita ao negócio jurídico de venda e compra.

Cobrar por uma comodidade extraordinária e que fosse realmente opcional, como a entrega em domicílio, não há nenhum óbice. Nesse caso o consumidor escolheria, em vez de receber o ingresso no local do evento (sem qualquer custo), recebê-lo no endereço que indicasse, remunerando os custos do respectivo frete. Mas se o consumidor não optar por essa facilidade adicional, não se pode dele cobrar qualquer outro sobre preço.

Enfim, o que é lícito cobrar do consumidor é apenas o frete, no caso de entrega em domicílio, pois se trata de remuneração de serviço (frete) efetivamente prestado para o consumidor.

Todavia, na hipótese de o consumidor não desejar contratar o serviço de frete, não há razão jurídica ou ética para que se cobre dele qualquer valor em razão de o fornecedor cumprir sua obrigação de entregar o que foi vendido.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTÓRIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

A propósito, é oportuno mencionar excerto de decisão proferida pelo Egrégio Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro que, ao julgar apelação interposta em ação civil pública proposta pelo Ministério Público daquele Estado em face da T4F Entretenimento S.A., reconheceu a ilegalidade da *taxa de retirada*, em virtude da ausência de contraprestação ao consumidor, e o conseqüente dever do fornecedor de devolver em dobro os valores indevidamente exigidos:

“Não é lícita, entretanto, a taxa de entrega cobrada do consumidor que adquiriu seu ingresso pelo telefone ou *internet* e que o retira nas bilheterias, não usufruindo do serviço de entrega em domicílio.

(...)

Quando o próprio consumidor retira o ingresso no local do evento, ou em outro local designado pelo fornecedor, não há qualquer fundamento para a cobrança da “taxa de entrega” ou “taxa de retirada”, sob pena de enriquecimento sem causa. Ressalte-se que a cobrança pela retirada do ingresso na bilheteria, notadamente quando já cobrada taxa de conveniência, independentemente do nome dado a ela (“taxa de retirada” ou “*will call*”) é totalmente descabida, por não corresponder a um serviço diferenciado de entrega dos



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

ingressos em domicílio”. (Apelação Cível nº 0090339-56.2007.8.19.0001, Rel. Des. Maria Augusta Vaz M. de Figueiredo, 1ª Câmara Cível, j. em 19/01/2012).

Igualmente, no julgamento de ação civil pública ajuizada em face também da T4F pelo presente autor, o i. Juiz de Direito da 25ª Vara Cível do Foro Central, doutor Rodrigo Faccio da Silveira, proferiu sentença de procedência no que diz respeito ao pedido de vedação da cobrança da *taxa de retirada*, nos seguintes moldes:

“Dúvidas não há quanto à impossibilidade de se estipular mais uma retribuição (in casu, *will call*) para a hipótese de o consumidor optar por retirar os ingressos no lugar do evento. Ora, não haveria nenhum acréscimo aos serviços da demandada se o consumidor, após o pagamento da 1ª retribuição (in casu, taxa de conveniência), se se visse obrigado a pagar mais uma retribuição, agora para retirar os ingressos no lugar do evento (ou em qualquer outro lugar indicado pelo produtor do evento ou distribuidor dos ingressos). Após pagar a 1ª retribuição, o consumidor teria de pagar uma 2ª retribuição (*will call*), mesmo tendo de se dirigir ao lugar do evento (ou a qualquer outro lugar) e, lá chegando, provavelmente após uma fila de consumidores nas mesmas circunstâncias,





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

retiraria os ingressos. Portanto, na referida hipótese, não há nenhuma justificativa plausível para uma segunda cobrança. Eis, pois, quanto a 2ª retribuição (*will call*), os fundamentos da procedência do pedido” (Processo nº 0121827-57.2009.8.26.0100, 25ª Vara Cível, j. em 25/05/2012).

Portanto, a cobrança da *taxa de retirada*, exigida do consumidor que não contrata os serviços de entrega dos ingressos em domicílio, optando por retirá-los pessoalmente no local do evento, é abusiva, pois não representa nenhum serviço adicional prestado ao consumidor.

A entrega dos bilhetes comprados é obrigação do fornecedor, inerente à própria compra e venda. Não pode ele cobrar, além do preço da coisa vendida (no caso, os ingressos), um valor adicional para que ele disponibilize um funcionário que apenas irá conferir o pagamento e entregar o bem comprado. Por óbvio, quem paga por um produto tem expectativa legítima de que poderá retirá-lo, sem a necessidade de despender um valor adicional para tanto.

**A venda casada**

Não se-olvide, ainda, que tal prática comercial da ré configura a denominada *venda casada*, vedada pela norma do art. 39, inc. I, do CDC.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

É que, como acima visto, no sistema iníquo imposto pelo fornecedor, o desafortunado consumidor que compra o ingresso se vê obrigado (a menos que se disponha a jamais recebê-lo) a contratar um de dois “serviços” impingidos pela ré: ou a entrega em domicílio ou a entrega na bilheteria. Sem contratar um desses dois “serviços”, o consumidor fica sem o ingresso comprado.

Eis, pois, a *venda casada*, que consiste em “condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço” e que constitui prática abusiva, defesa aos fornecedores de consumo (CDC, art. 39, I).

Segundo RIZZATTO NUNES, a venda casada se dá quando “o fornecedor pretende obrigar o consumidor a adquirir um produto ou serviço apenas pelo fato de ele estar interessado em adquirir outro produto ou serviço.”<sup>3</sup>

Também sob esse aspecto, portanto, é ilícita a prática comercial adotada pela ré.

**A repetição do indébito**

A toda violação da ordem jurídica deve corresponder um ou mais remédios legais, capazes assim de prevenir a sua recidiva, como também de recompor, quanto possível, o estado de equilíbrio anterior.

No que concerne ao futuro — aqui considerados difusamente todos os consumidores que possam vir a contratar

---

<sup>3</sup> *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Saraiva. 2005. p. 515.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

com a ré — a proibição judicial da cobrança da *taxa de retirada* há de coibir que novos consumidores seja lesados.

Mas no que toca ao passado — falamos aqui dos interesses individuais homogêneos dos consumidores que já foram prejudicados pelas práticas comerciais abusivas — a recomposição da ordem jurídica deve se operar mediante a repetição do indébito, i.e., pela restituição aos consumidores de todos os valores que pagaram à ré a título de *taxa de retirada*.

**III – DA MEDIDA LIMINAR**

Impõe-se a expedição de ordem liminar, *inaudita altera parte*, nos termos do art. 12, da Lei nº 7.347/85 (Lei de Ação Civil Pública), uma vez que estão plenamente caracterizados os seus pressupostos jurídicos, quais sejam, o *fumus boni juris* e o *periculum in mora*.

O *fumus boni juris* decorre da violação dos arts. 6º, inciso IV; e 39, incisos I e V, ambos do Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078/90, traduzindo-se nos direitos do consumidor de respeito à boa-fé objetiva por parte do fornecedor, à proteção contra práticas abusivas e contra imposição de desvantagem manifestamente excessiva, importando, pois, no dever



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

da ré de abster-se de cobrar sobretaxa na comercialização de produtos (consistente na *taxa de retirada*),

O *periculum in mora* reside na necessidade de se inibir e impedir, desde já, a continuidade da prática abusiva ora descrita, em indiscutível prejuízo ao consumidor, de modo a não se dever aguardar o julgamento definitivo da lide. Existe, inegavelmente, o fundado receio de dano a caracterizar o perigo resultante da demora na decisão final, visto que a requerida continuará cobrando a indevida *taxa de retirada*.

Tendo em vista o tempo decorrido com a regular tramitação do processo, a decisão final e definitiva da presente ação pode demorar alguns anos, acarretando sensível prejuízo ao adquirente de ingressos que opta por retirá-los nos locais designados pela ré, que, ano a ano, continuará submetido à referida prática abusiva.

Saliente-se que, com a concessão da liminar, o próprio Judiciário deixará de ter que decidir inúmeras outras ações individuais sobre o mesmo assunto, havendo economia processual, além de se evitar decisões divergentes.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Sendo assim, com a concessão da liminar, o Estado estará prevenindo os danos aos consumidores.

**IV - DOS PEDIDOS**

Diante do exposto o autor requer:

**a)** a concessão de **MEDIDA LIMINAR**, *inaudita altera parte*, com fundamento no artigo 12, da Lei nº 7.347/85, a fim de se determinar à ré que, no prazo de 15 dias, a contar da intimação da decisão concessiva da liminar, **se abstenha de** cobrar dos consumidores a denominada *taxa de retirada*, ou qualquer outro valor a título de entrega ou retirada de ingressos, quando o próprio consumidor efetuar a retirada do ingresso comprado (seja no local do evento, ou em qualquer bilheteria, ou posto de venda, ou qualquer outro local designado para tanto), sob pena do pagamento de multa diária no valor de R\$20.000,00 (vinte mil reais), que deverá incidir a cada cobrança em que houver descumprimento do comando judicial, sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, prevista no art. 13, da Lei nº 7347/85;

**b)** seja determinada a citação da ré, na pessoa de seu representante legal, a fim de que, advertida da sujeição aos efeitos da revelia, a



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

teor do disposto no art. 285, última parte, do Código de Processo Civil, apresente, querendo, resposta ao pedido ora deduzido, no prazo de 15 (quinze) dias;

c) seja a presente ação julgada procedente, proferindo-se sentença em desfavor da ré, com o acolhimento dos seguintes pedidos:

**Dos pedidos principais**

- I. Condenação da ré à obrigação de não fazer consistente em se abster de cobrar dos consumidores a denominada *taxa de retirada*, ou qualquer outro valor a título de entrega ou retirada de ingressos, quando o próprio consumidor efetuar a retirada do ingresso comprado (seja no local do evento, ou em qualquer bilheteria, ou posto de venda, ou qualquer outro local designado para tanto), sob pena de multa, no valor de R\$100.000,00 (cem mil reais) por consumidor prejudicado; o valor da multa deve ser corrigido monetariamente até a data do efetivo recolhimento, a ser realizado em favor do Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no art. 13 da Lei 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual 6.536/89;
- II. Condenação genérica da ré, na forma do art. 95 da Lei 8.078/90, a restituir, em dobro (art. 42, parágrafo único, da Lei 8.078/90), a todos os consumidores os valores que tenham pago a título de *taxa de retirada*, em trinta dias contados do trânsito em julgado; a restituição deve ser feita em valor acrescido de juros e



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

correção monetária; a liquidação e a execução da sentença deverão ser promovidas pelas vítimas, nos termos do art. 97 do CDC; na hipótese de decurso do prazo de um ano sem habilitação de interessados em número compatível com a gravidade do dano, o Ministério Público promoverá a execução da indenização devida (*fluid recovery*), como previsto no art. 100 do CDC.

**Dos pedidos acessórios**

O autor requer ainda:

- III. Seja determinada a expedição e publicação no órgão oficial do edital de que trata o art. 94 da Lei 8.078/90, a fim de que eventuais interessados possam intervir como litisconsortes;
- IV. A condenação da ré ao pagamento das custas processuais, devidamente atualizadas;
- V. A dispensa do autor ao pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, tendo em vista o disposto no art. 18 da Lei 7.347/85.

Protesta o autor por provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidas, especialmente pelas provas testemunhal, pericial e documental, bem assim por todos os demais meios que se apresentarem úteis à demonstração dos fatos aqui articulados, observado ainda o disposto no art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor, no que toca à inversão do ônus da prova em favor da coletividade de consumidores substituída processualmente pelo autor.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR

Anota, outrossim, que a presente petição inicial vai instruída com os autos do inquérito civil nº 14.161.2029/12-4, instaurado e instruído pela Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital.

Para efeito de alçada, atribui-se à causa o valor de R\$ 500:000,00.

São Paulo, 04 de junho de 2014

**Eliana S M S Malta Moreira Scucuglia**  
**1ª Promotora de Justiça do Consumidor**

Renata Pires Smith da Silva  
Analista de Promotoria I