



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UNICEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS - FAJS
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

DOUGLAS FRANCO GUERRIERI SABOYA

**Taxa de conveniência: uma análise crítica do entendimento do Superior
Tribunal de Justiça (STJ)**

BRASÍLIA

2023

DOUGLAS FRANCO GUERRIERI SABOYA

**Taxa de conveniência: uma análise crítica do entendimento do Superior
Tribunal de Justiça (STJ)**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Leonardo Roscoe Bessa

BRASÍLIA

2023

DOUGLAS FRANCO GUERRIERI SABOYA

**Taxa de conveniência: uma análise crítica do entendimento do Superior
Tribunal de Justiça (STJ)**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Leonardo Roscoe Bessa

BRASÍLIA, 2 de outubro de 2023

BANCA AVALIADORA

Professor(a) Orientador(a)

Professor(a) Avaliador(a)

AGRADECIMENTO

Desejo manifestar meus sinceros agradecimentos a todas as pessoas que tornaram possível a realização deste trabalho. Em primeiro lugar, gostaria de expressar minha gratidão ao meu orientador, o Professor Leonardo Bessa, pela orientação dedicada, disponibilidade constante e apoio incondicional ao longo de todo o processo de pesquisa. Seu vasto conhecimento e orientações foram elementos fundamentais para o êxito desta empreitada acadêmica. Também desejo agradecer à Professora Fabiana Aparecida Ferreira Peres Borges por sua valiosa contribuição na seleção do tema. Além disso, gostaria de estender meus agradecimentos aos meus colegas do curso de Direito pelo enriquecedor intercâmbio de ideias, pelos debates construtivos e pelas significativas contribuições oferecidas ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Por último, mas não menos importante, gostaria de expressar minha sincera gratidão à minha namorada, cujo apoio inabalável e contribuições valiosas foram de suma importância para que eu pudesse alcançar este marco em minha jornada acadêmica.

RESUMO

O objetivo deste artigo científico consiste em examinar a interpretação do Superior Tribunal de Justiça (STJ) a fim de esclarecer quais critérios são necessários para a validação da taxa de conveniência nas relações de consumo. Para alcançar esse objetivo, serão apresentados os princípios do direito do consumidor, conforme estabelecidos na legislação brasileira, que se revelam fundamentais para uma compreensão abrangente do tema. Inicialmente, será enfatizada a relevância do Código de Defesa do Consumidor e os direitos inerentes ao consumidor. Em seguida, serão delineados os princípios da vulnerabilidade, informação e da boa-fé. Além disso, será abordada a definição do conceito de taxa de conveniência, juntamente com o entendimento predominante do Superior Tribunal de Justiça. A partir desse embasamento, será realizada uma análise crítica do assunto.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Taxa de conveniência. Prática abusiva. Direito a informação. Princípio da Vulnerabilidade. Boa-fé objetiva. Internet. Superior Tribunal de Justiça.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

STJ	Superior Tribunal de Justiça
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CC	Código Civil
CPC	Código de Processo Civil

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

1. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

1.1. Dos Direitos Inerentes aos Consumidores

1.2. Princípio da Vulnerabilidade

1.3. Do Direito à Informação

1.4. Princípio da Boa-Fé Objetiva

2. CONCEITO DE TAXA DE CONVENIÊNCIA E SUA INSERÇÃO NA SOCIEDADE

2.1. Conceito de Taxa de Conveniência para o Legislador

2.2. Conceito de Taxa de Conveniência adotado no Recurso Especial nº 1737428/RS

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE CRÍTICA DO RECURSO ESPECIAL Nº 1737428/RS

3.1. Surgimento e Relatório do Julgado

3.2. Análise Crítica do Recurso Especial nº 1737428/RS

CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa estuda o entendimento predominante no acórdão do Superior Tribunal de Justiça (STJ). Ao analisar o acórdão do Superior Tribunal de Justiça (STJ), o estudo busca contribuir com reflexões a respeito dos limites do dever do fornecedor na venda de ingressos em tempos de evolução tecnológica.

Posto isso, o vislumbre desta tarifa de serviço na Internet e o seu crescimento sem precedentes no comércio eletrônico de entrada de espetáculos artístico-culturais, demonstraram que o período tecnológico pode ser considerado um momento marcado por intensa polarização jurisprudencial, e, por conseguinte, propícia para a transferência do risco da atividade ao consumidor que servem como viés da prática abusiva na violação do direito a informação.

Nesse sentido, esse tema detém relevância social, haja vista que com a ascensão das tecnologias de informação, a compra de ingressos por meios eletrônicos foram potencializados pela atmosfera de pressa que permeia a sociedade, embora seja necessária a devida tutela do direito do consumidor frente ao comércio eletrônico. Desta forma, a procura pela compra de ingressos pela internet cresceu de forma ágil, e com isso as taxas de conveniência passaram a representar um perigo real para a sociedade, pois, muitas vezes são praticadas em desconformidade com ordenamento jurídico brasileiro, como tem questionado agentes e órgãos de proteção e defesa do consumidor.

No âmbito do regulamento consumerista, desde 2013, as taxas de conveniência são frequentemente alvos de controvérsia, uma vez que, nesse ambiente, a ausência de legislação federal que regule a instituição da taxa acarretou a necessidade de manifestação do tribunal superior.

Outrossim, após o cenário de debate e a repercussão frente a sua legalidade, em 2020, o STJ readequou seu entendimento sobre abuso da taxa de conveniência em venda de ingressos pela internet, com intuito de regular como a cobrança deveria ser realizada para afastar sua abusividade, almejando, em tese, o respeito ao direito a informação, previsto no art. 6, III do Código de Defesa do Consumidor.

Nos Embargos de Declaração no Recurso Especial nº 1737428, restou novo entendimento de que a “Validade da intermediação, pela internet, da venda de

ingressos para eventos culturais e de entretenimento mediante cobrança de "taxa de conveniência", desde que o consumidor seja previamente informado o preço total da aquisição do ingresso...".

Destarte esse contexto, a pergunta que desafia essa pesquisa é a seguinte: Qual o entendimento predominante no acórdão do Superior Tribunal de Justiça a respeito da legalidade da taxa de conveniência?

Para abordar essas questões, o trabalho está estruturado em três partes distintas. Na primeira seção, serão apresentados a importância do Código de Defesa do Consumidor e os direitos inerentes ao consumidor, com destaque para os princípios da vulnerabilidade, da informação e da boa-fé objetiva. Na segunda seção, será feita uma análise detalhada sobre a definição e a incorporação da taxa de conveniência na venda de bilhetes eletrônicos. Finalmente, na terceira seção, o trabalho oferecerá uma exposição sobre a origem do caso em análise e uma avaliação crítica do entendimento consolidado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) a respeito desse tema.

A linha de raciocínio usada foi a dedutiva com a apresentação das normas aplicáveis, o art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal de 1988; Lei nº 8.078/1990 e do marco teórico eleito 2019 a 2023. A corrente teórica-metodológica desta pesquisa foi a jurídico-sociológica, pois apesar de se tratar de uma pesquisa empírica a partir da análise do entendimento pacificado, analisa *a priori* os argumentos relacionados aos limites da taxa de conveniência e a sua relação com o direito a informação do consumidor.

O estudo se pauta em uma pesquisa aplicada de cunho qualitativa, ao se propor a colher e analisar os dados descritivos obtidos diretamente da situação estudada.

O objetivo deste trabalho foi compreender e realizar uma análise crítica a respeito do entendimento predominante no acórdão do Superior Tribunal de Justiça (STJ), a respeito da legalidade das taxas de conveniência no âmbito do comércio eletrônico de ingressos, entre os anos de 2019 a 2023, para com isso identificar o posicionamento adotado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), bem como as mudanças práticas que ocorreram, após o ano de 2019.

1. IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Antes da implementação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), as teorias da livre iniciativa e da autonomia de vontade prevaleciam, deixando os consumidores, apesar de constituírem o maior segmento da economia, desprovidos de proteção para seus direitos, e, em muitos casos, negligenciava-se a condição humana do consumidor.¹

Isso significa que, embora haja disposições constitucionais destinadas a proteger os direitos da sociedade, nem sempre essas garantias são efetivamente observadas no sistema legal. Essa situação se torna ainda mais clara nas relações de consumo, em que o lucro muitas vezes assume prioridade e leva a práticas ilegais ou visam alcançá-lo a qualquer custo.²

Os consumidores estão constantemente em uma posição de vulnerabilidade em comparação com os fornecedores, que, por sua vez, dispõem de diversos meios para assegurar sua vantagem, deixando o lado mais frágil dessa relação com pouca margem para negociar suas condições, sujeitando os consumidores às decisões dos fornecedores, ainda que desproporcionais e abusivas.³

A relevância do Código de Defesa do Consumidor (CDC) torna-se evidente à medida que, ao reconhecer a parte mais vulnerável na relação de consumo, o sistema jurídico reafirma a dimensão humana como sujeito de direitos e impõe ao Estado a obrigação de proteger o consumidor.⁴

Destaca-se a importância deste código ao reforçar a compreensão de que ele é o instrumento jurídico capaz de salvaguardar os direitos já estabelecidos na

¹ JÚNIOR, A. C. G. et al. **Os 30 anos do código de defesa do consumidor**: evolução e desafios no relacionamento com clientes. 1. ed. Indaiatuba: Foco, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 20 set. 2023.

² VALVERDE SANTANA, Héctor; SOUZA VIANA, Rafael. **Sharing consumers personal data**: the abuses committed by suppliers and the proposals of the Senates Legislative Bill number 181/2014. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, Brasília, v. 7, n. 1, p. 237-253, 2017. DOI: 10.5102/rbpp.v7i1.4579. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/RBPP>. Acesso em: 20 set. 2023.

³ VALVERDE SANTANA, Héctor; SOUZA VIANA, Rafael. **Sharing consumers personal data**: the abuses committed by suppliers and the proposals of the Senates Legislative Bill number 181/2014. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, Brasília, v. 7, n. 1, p. 237-253, 2017. DOI: 10.5102/rbpp.v7i1.4579. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/RBPP>. Acesso em: 20 set. 2023.

⁴ JÚNIOR, A. C. G. et al. **Os 30 anos do código de defesa do consumidor**: evolução e desafios no relacionamento com clientes. 1. ed. Indaiatuba: Foco, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 20 set. 2023.

Constituição Federal, concentrando-se de forma exclusiva na proteção específica dos direitos dos consumidores.⁵

1.1. DOS DIREITOS INERENTES AOS CONSUMIDORES

O direito do consumidor foi elevado a direito fundamental no inciso XXXII, art. 5 da Constituição de 1988. Trata-se de um dever de todos os fornecedores de produtos e serviços, que envolve empresas públicas ou privadas, assim como seus subordinados⁶. Isso porque, não se pode deixar de reconhecer que as pessoas são frágeis no âmbito das relações de consumo.⁷

É reconhecendo essa vulnerabilidade que em 11 de setembro de 1990 foi instituído o Código de Defesa do Consumidor, que, em seu art. 4º deixa claro a observância da “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”.⁸

Especificamente sobre o referido artigo, o legislador não só destacou pontos sensíveis dos vulneráveis negociais, mas também taxou princípios indispensáveis ao amparo relação consumerista, que deverão acompanhar esse vínculo independentemente do avanço tecnológico.

Verifica-se, também, que esses princípios foram citados na *Declaração de Sófia sobre o Desenvolvimento de Princípios Internacionais de Proteção do Consumidor*,

⁵ JÚNIOR, A. C. G. et al. **Os 30 anos do código de defesa do consumidor**: evolução e desafios no relacionamento com clientes. 1. ed. Indaiatuba: Foco, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 20 set. 2023.

⁶ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988**. Diário Oficial da União. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm Acesso em: 25 ago. 2023.

⁷ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor**: Direito Material e Processual. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

⁸ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor - Código de defesa do consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078. Acesso em: 03 ago. 2023

realizada no 75.^o Congresso de Direito Internacional da *International Law Association*, quando foram destacados os princípios da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva⁹.¹⁰

Nota-se que a vulnerabilidade do consumidor, frente as informações prestadas nas relações contratuais, em especial nos contratos de adesão, é um consenso sobre o assunto, visto que todos os especialistas a reconhecem, sem divergências aparentes.

1.2 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

Previsto no art. 4^o, inciso I, do CDC, o princípio a que se refere reforça a ausência de equivalência nas relações de consumo. Tal disparidade decorre da impossibilidade do indivíduo de possuir todos os conhecimentos técnicos e científicos acerca do produto ou serviço que o interessa, uma vez que a sabedoria específica está relacionada ao fornecedor de produtos e serviços.¹¹

Conforme leciona Ricardo Soares, as diversas áreas do conhecimento possuem suas peculiaridades e informações específicas, sendo o vulnerável consumidor incapaz de se equiparar ao fornecedor, que possui, por sua vez, conhecimentos técnicos ao manuseio dos produtos e serviços.¹²

Ocorre que essa disparidade não está vinculada somente aos produtos, mas também a forma com que são repassados. Há, portanto, de reconhecer a vulnerabilidade no plano jurídico-processual, nos ordinariamente chamados de

⁹ “a) Princípio da vulnerabilidade – os consumidores são vulneráveis frente aos contratos de massa e padronizados, em especial no que concerne à informação e ao poder de negociação; b) Princípio da proteção mais favorável ao consumidor – é desejável, em Direito Internacional Privado, desenvolver standards e aplicar normas que permitam aos consumidores beneficiarem-se da proteção mais favorável ao consumidor;

c) Princípio da justiça contratual – as regras e o regulamento dos contratos de consumo devem ser efetivos e assegurar transparência e justiça contratual; d) Princípio do crédito responsável – crédito responsável impõe responsabilidade a todos os envolvidos no fornecimento de crédito ao consumidor, inclusive fornecedores, corretores, agentes e consultores; e) Princípio da participação dos grupos e associações de consumidores – grupos e associações de consumidores devem participar ativamente na elaboração e na regulação da proteção do consumidor”.

¹⁰ **DECLARAÇÃO DE SÓFIA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DE PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR.** Conferência das Nações Unidas sobre Proteção do Consumidor, realizada em Sófia, Bulgária, 26 de agosto de 2012. Disponível em: <https://socioedip.files.wordpress.com/2013/12/lima-marques-y-valverde-santana-consumidor.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2023.

¹¹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor:** Direito Material e Processual. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

¹² SOARES, Ricardo Maurício F. **Princípios do direito do consumidor brasileiro:** doutrina e jurisprudência. Editora Saraiva, 2023. E-book. ISBN 9786553624429. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553624429/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

contratos de adesão, que são recheados de termos técnicos que contrariam a clareza necessária ao consumidor.

Segundo as considerações de Luiz Antônio Rizzato Nunes, é crucial reconhecer que, dentro dessa relação jurídica, o consumidor se encontra em posição de maior fragilidade, tornando cristalina a necessidade de proteção para garantir a plena observância do princípio da isonomia consagrado na Constituição Federal.¹³

Reforça a compreensão de que os consumidores são vulneráveis à sua falta de controle sobre os meios de produção, o que os coloca sob a influência e condições estabelecidas pelo fornecedor, uma vez que estariam sujeitos apenas aos produtos e serviços disponibilizados.¹⁴

Imperioso ressaltar, ainda, que há um desequilíbrio notável no contexto econômico, tendo em vista que, salvo pouquíssimas exceções, o consumidor não dispõe dos mesmos recursos financeiros para arcar com honorários advocatícios e despesas processuais, quando comparado ao fornecedor. Este último, por vezes, possui até mesmo departamentos jurídicos internos.¹⁵

Ao identificar esse desequilíbrio na relação jurídica, o princípio da vulnerabilidade emerge como um instrumento de defesa do consumidor, fundamentando, assim, a instituição da responsabilidade objetiva e a inversão do ônus da prova, visando restabelecer o equilíbrio com o fornecedor.¹⁶

Entende-se, portanto, que aquele que adquire o produto não tem sua realidade econômica, social e cultural analisada, tendo em vista que, independentemente de suas condições, estará enquadrado na condição de consumidor. Assim, salienta-se a observância aos princípios da igualdade e da informação, observando a exigência de informações claras, capazes de serem entendidas por todas as classes socioeconômicas.

¹³ NUNES, Luiz Antônio R. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 8.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015, p. 76. E-book. ISBN 9788502616271. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

¹⁴ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 6.ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2015. E-book. ISBN 9788502616837. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616837/>. Acesso em: 9 ago. 2023

¹⁵ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 6.ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2015. E-book. ISBN 9788502616837. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616837/>. Acesso em: 9 ago. 2023

¹⁶ GRINOVER, Ada, P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 13.ed. Rio de Janeiro: Grupo Editora Nacional, 2022. p. 110. E-book. ISBN 978-65-5964-552-7. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

1.3 DO DIREITO À INFORMAÇÃO

O direito à informação, assegurado pela legislação consumerista, origina-se da proteção ao consumidor, que, como mencionado anteriormente, integra o rol dos direitos fundamentais, sendo inerente a todas as pessoas. Sendo assim, inicialmente consagrado no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, a salvaguarda ao consumidor conduziu à formulação do Código de Defesa do Consumidor, que, em primeiro lugar, reconhece a vulnerabilidade do consumidor no que tange às informações relativas aos produtos e serviços.¹⁷

Esse direito enfrenta, ano após ano, diferentes desafios e questões. Trata-se da necessidade de informações claras e objetivas, diretamente relacionadas à boa-fé do fornecedor, que, em tese, deve sempre direcionar seus produtos e serviços com a informação cristalina, conforme prevê o artigo 6º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor (CDC).¹⁸

Nesse contexto, deve-se ressaltar a importância de que o consumidor esteja ciente das características, valores e dos riscos associados aos produtos ou serviços oferecidos, a fim de garantir que não seja prejudicado o pleno exercício do direito de escolha do consumidor.¹⁹

É evidente que o legislador tem uma preocupação explícita em assegurar, em respeito aos direitos do consumidor à informação, que as informações fornecidas sejam apresentadas ao consumidor, inclusive, em momentos anteriores à efetivação da compra. Isso se alinha com o que é estabelecido nos artigos 31 e 46 do mencionado dispositivo legal, garantindo, assim, o prévio conhecimento do que está sendo adquirido.²⁰

¹⁷ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor**: Direito Material e Processual. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

¹⁸ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor - Código de defesa do consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078. Acesso em: 03 ago. 2023

¹⁹ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 04 out. 2023.

²⁰ SOARES, Ricardo Maurício F. **Princípios do direito do consumidor brasileiro**: doutrina e jurisprudência: Editora Saraiva, 2023. E-book. ISBN 9786553624429. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553624429/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

Segundo Ricardo Marcori Varalli, a busca em manter o consumidor devidamente informado é tão relevante que o legislador se empenhou em promulgar uma lei que torna obrigatória a presença de exemplares do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em todos os estabelecimentos comerciais, com a finalidade assegurar que o consumidor tenha fácil acesso aos seus direitos.²¹

Nesse quadro, com o decorrer dos anos e avanços tecnológicos, a internet emergiu como uma nova modalidade de comunicação em massa, e as redes sociais foram estabelecidas com o propósito de aproximar indivíduos, prometendo universalizar a disseminação de informações e a realização de debates.

Segundo Gelson Amaro de Souza Filho²², “*A internet representa um grande avanço para a sociedade contemporânea, disponibilizando informações de forma rápida e acessível em qualquer localidade*”.

Nessa perspectiva, apesar da percepção de que a internet proporciona uma simplificação nos aspectos dos produtos, o fornecedor jamais deve presumir que a informação seja evidente ou mesmo implicitamente compreendida, considerando a vulnerabilidade do consumidor em relação aos fornecedores, uma vez que frequentemente ele se encontra em uma posição desvantajosa para buscar medidas judiciais.

De forma mais sucinta, o direito à informação deve ser aplicado de maneira abrangente nos ambientes online, uma vez que esse direito está profundamente enraizado na sociedade, desempenhando um papel constante nas interações de consumo e enfrentando desafios contínuos.²³

Nesse sentido, o direito ao acesso à informação não se trata apenas de qualquer informação, mas que seja confiável, verificável e de clara compreensão. Faz parte da indisponibilidade em tutelar as necessidades dos consumidores, previsto no artigo 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor (CDC).²⁴

²¹ VARALLI, Riccardo Marcori. **Direito do consumidor**. 1. ed. São Paulo: Rideel, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 out. 2023.

²² SOUZA, Sylvio Capanema de; WERNER, José Guilherme V.; NEVES, Thiago F C. **Direito do Consumidor**.: Grupo GEN, 2018. *E-book*. ISBN 9788530981273. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530981273/>. Acesso em: 16 ago. 2023.)

²³ (KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor**.: Grupo GEN, 2020. *E-book*. ISBN 9788597026443. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026443/>. Acesso em: 16 ago. 2023.)

²⁴ SCHIER, Flora Margarida Clock. **A Boa-Fé Como Pressuposto Fundamental do Dever de Informar**. Curitiba: Juruá, 2006.

Dessa forma, ocorre que, como elo mais fraco da relação de consumo, o consumidor deverá ter o devido acesso as informações sendo, nesse caso, como bem concluiu o Colegiado do STJ, necessário a devida demonstração da taxa de conveniência no preço do ingresso.²⁵

1.4 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva, conforme estabelecido no artigo 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, detém uma significativa relevância tanto do ponto de vista teórico quanto prático, ao orientar as condutas na relação de consumo.²⁶

Este princípio impõe a obrigação de conduzir-se de maneira leal, transparente e ética, a qual deve estar presente de forma contínua no contexto do mercado de consumo, com o propósito de assegurar o devido respeito tanto ao objeto quanto às partes envolvidas no negócio jurídico.²⁷

Dentro desse âmbito, a boa-fé objetiva estipula que os indivíduos que participam de um contrato possuem deveres que não se restringem unicamente às cláusulas formalizadas no documento contratual, mas a observância as informações prestadas, veracidade e segurança.²⁸

Isso implica entender que, no contexto das relações contratuais, a boa-fé objetiva requer que as condutas sociais sejam consistentemente orientadas pela ética, independentemente de estarem ocorrendo na fase pré-contratual ou pós-contratual, respeitando os princípios da vulnerabilidade do consumidor e da informação.²⁹

Verifica-se, assim, que, de acordo com a perspectiva de Paulo R. Khouri, a boa-fé objetiva deve ser observada desde a mera mensagem publicitária, fornecendo

²⁵ STJ. RECURSO ESPECIAL. Resp: 1737428 RS 2017/0163474-2, Relator: Ministra Nancy Andrighi, DJ: 12/03/2019. DJe 15/03/2019. **STJ**, 2019.

²⁶ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado.**: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

²⁷ NUNES, Luiz Antônio R. **Comentários ao código de defesa do consumidor.** 8.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015, p. 76. E-book. ISBN 9788502616271. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

²⁸ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado.**: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

²⁹ SCHWARTZ, Fabio. **Manual de direito do consumidor: tópicos e controvérsias.** 2. ed. Rio de Janeiro: Processo, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 09 out. 2023.

todas as informações devidas ao consumidor, a fim de evitar a frustração das expectativas por ela criadas.³⁰

Salienta-se ainda, em especial nas relações consumeristas, que as expectativas geradas decorrem da confiança e veracidade das informações prestadas pelos contratantes, independentemente da fase contratual que estão inseridos, verificando, dessa forma, mais uma vez a necessidade de observância a boa-fé objetiva.³¹

Além disso, essa boa-fé implica na necessidade de considerar as informações fornecidas com precisão e segurança. Portanto, compreende-se que o respeito à boa-fé objetiva implica na adoção de condutas leais e honestas por parte dos envolvidos, promovendo, assim, a preservação adequada do contrato estabelecido.³²

A boa-fé objetiva também implica na adesão aos princípios orientadores do Código de Defesa do Consumidor, com o objetivo de preservar a segurança do consumidor, garantir o seu direito à informação e reconhecer a sua vulnerabilidade.³³

Conforme observado por Tartuce, é crucial que as partes envolvidas em uma relação contratual ajam com integridade e se respeitem mutuamente. Caso contrário, aquele que adotar uma postura desonesta ou agir de má-fé pode estar sujeito a penalidades, que podem incluir a declaração de nulidade do negócio jurídico.³⁴

Cabe dispor, ainda, que juntamente com o princípio da boa-fé objetiva, a legislação de proteção ao consumidor também estabelece o *princípio do equilíbrio econômico do contrato*. Este princípio visa proteger o consumidor, por exemplo, contra práticas abusivas na fixação de preços e na inclusão de cláusulas que possam colocá-lo em uma desvantagem excessiva.³⁵

³⁰ KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2020. p. 74. E-book. ISBN 9786559645527. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

³¹ MELLO, Cleyson de Moraes. **Curso de direito do consumidor**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Processo, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 09 out. 2023.

³² BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**.: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

³³ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

³⁴ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

³⁵ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**.: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

2. CONCEITO DE TAXA DE CONVENIÊNCIA E SUA INSERÇÃO NA SOCIEDADE

Para compreender o conceito e contexto da taxa de conveniência é preciso partir do pressuposto de uma sociedade globalizada e conectada, que procura não se deslocar presencialmente até uma bilheteria para a compra de seu ingresso.

Do ponto de vista empresarial, as taxas de conveniência são usadas tanto como uma grande estratégia de transferência dos custos da operação online nas vendas dos bilhetes ao consumidor.³⁶

Nesse contexto, e sem a mínima intenção de esgotar o tema, entende-se como taxa de conveniência o valor cobrado pela plataforma a título de remuneração pelos serviços de intermediação na venda de ingressos online.

Reconhecendo o avanço da tecnologia, especialmente no campo da informática, torna-se evidente a amplitude de fornecedores que optam por disponibilizar produtos e serviços por meio da internet. Isso ocorre devido à percepção de que a internet representa uma ferramenta de publicidade eficaz para alcançar um grupo específico de consumidores que demonstram maior interesse no que a empresa tem a oferecer.³⁷

Esse entendimento fica claramente evidenciado quando observamos que, no ano de 2021, o mercado de ingressos para eventos online atingiu a impressionante marca de 28,49 bilhões de dólares. Esse crescimento foi impulsionado pelo uso cada vez mais frequente de smartphones e dispositivos móveis, que simplificam, por exemplo, a aquisição de ingressos por meio de bilheteiras online.³⁸

É relevante destacar, adicionalmente, que além do aumento no uso de smartphones, a sociedade em sua grande maioria demonstra uma segurança crescente para realizar compras por meio virtual. Isso se deve ao fato de que, como amplamente abordado neste artigo, os meios virtuais têm a capacidade de alcançar

³⁶ RAQUEL DE MOURA SOUSA, CINTHYA. **Taxa de (in)conveniência?**. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/54093/taxa-de-in-convenincia>. Acesso em: 20 sete 2023.

³⁷ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado.**: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

³⁸ **TAMANHO DO MERCADO DE INGRESSOS PARA EVENTOS ONLINE E ANÁLISE DE AÇÕES – TENDÊNCIAS E PREVISÕES DE CRESCIMENTO (2023 – 2028)**. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-online-event-ticketing-market-industry>. Acesso em: 20 set. 2023.

um número significativamente maior de interessados em produtos ou serviços específicos.³⁹

Ao compreendermos que a venda online foi introduzida pelos fornecedores como uma suposta comodidade para os consumidores que preferem não se deslocar a um ponto de venda de ingressos físico, é importante ressaltar que a taxa de conveniência se configura, assim, como um valor a ser pago pelo consumidor pelos serviços prestados por terceiros que intermediam a venda do ingresso.⁴⁰

2.1 CONCEITO DE TAXA DE CONVENIÊNCIA PARA O LEGISLADOR

Embora as questões relacionadas à taxa de conveniência já sejam amplamente conhecidas, até o momento não existem leis federais específicas que abordem o assunto. Portanto, as definições disponíveis foram elaboradas no âmbito das legislações estaduais e projetos de lei.

Nesse sentido, em 08 de dezembro de 2011, foi sancionada a Lei Estadual do Rio de Janeiro nº 6103, que reconheceu a necessidade de regulamentar a questão e estabeleceu a seguinte definição:⁴¹

Art. 1º Fica regulamentada a cobrança da Taxa de Conveniência pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela internet ou telefone no Estado do Rio de Janeiro.

§ 1º Tem-se por Taxa de Conveniência a prestação de serviço de venda de ingressos para show, teatro, cinema e outros espetáculos pela internet ou telefone, em conjunto com a possibilidade do consumidor em imprimir o seu ingresso ou retirá-lo em quichê específico para este fim. (grifo nosso).

³⁹ ECONOMIST, T. **e-Commerce takes off**. mai. 2004. Disponível em: <http://www.economist.com/node/2668033>. Acesso em: 23 de setembro. 2023.

⁴⁰ FIGUEIREDO, Lucas; SILVEIRA, Monalisa. **Práticas abusivas não previstas no Código de Defesa do Consumidor: Taxa de Conveniência para transações online**. Natal: Elucidare, 2017. P. 246.

⁴¹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a regulamentação da cobrança da taxa de conveniência pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela internet ou telefone. Disponível em: <http://www.procon.rj.gov.br/index.php/publicacao/detalhar/335#:~:text=Hoje%2C%209%20de%20dezembro%20de,ingressos%20pela%20internet%20ou%20telefone..> Acesso em: 03 ago. 2023

Cabe ressaltar, ainda, que o artigo 4º, §2º, da mencionada legislação, embora já tenha sido revogado, tratava de uma questão que permanece sujeita a controvérsias e não foi devidamente abordada no atual entendimento estabelecido pelo Superior Tribunal de Justiça.

Especificamente, essa questão diz respeito à proibição da cobrança de múltiplas taxas de conveniência por uma única compra, sendo permitida apenas uma única cobrança para cada consumidor, independentemente da quantidade de convites e/ou ingressos adquiridos.

O projeto de lei nº 1.030, do ano de 2022, também apresentou sua conceituação, entendendo que “Para os efeitos desta lei, considera-se taxa de conveniência o valor adicional pago pelo consumidor às empresas prestadoras de serviços que comercializam ingressos ou emissão de passagens pela internet.”⁴²

2.2 CONCEITO DE TAXA DE CONVENIÊNCIA ADOTADO NO RECURSO ESPECIAL Nº 1737428/RS

Dentro do âmbito desse acordão paradigmático, o Superior Tribunal de Justiça utilizou uma abordagem análoga à tese estabelecida na deliberação concernente ao Tema 938/STJ, a qual versa sobre contratos de corretagem, para tratar da taxa de conveniência.⁴³

A prática da corretagem remonta a períodos anteriores à consolidação do direito comercial. Essa atividade almeja a convergência de entidades distintas visando à efetivação de transações de recíproco interesse.⁴⁴

⁴² BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 1.030, de 26 de abril de 2022**. Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência, por empresas prestadoras de serviço de venda pela internet ou aplicativos, de ingressos para espetáculos culturais e de entretenimento, para eventos desportivos e emissão de passagens. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2320478>. Acesso em: 03 ago. 2023.

⁴³ SANTANA, Héctor Valverde. **Pagamento de comissão de corretagem na compra e venda de imóvel**: obrigação do fornecedor. Revista de Direito do Consumidor. Acesso em: 03 ago. 2023.

⁴⁴ COLTRO, Antônio Carlos Mathias. **Contrato de corretagem imobiliária**: doutrina, jurisprudência e regulamentação. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item-global&doc_library=SEN01&doc_number=001006330: Acesso em: 03 ago. 2023.

No contexto do Direito Romano, o corretor exercia o papel de conciliador com vistas à formalização de contratos. Foi sob o reinado de Justiniano que o termo "mediador" foi inicialmente adotado, enquanto ao longo da Idade Média a função do mediador ganhou proeminência. A profissão, então, passou a adquirir autonomia, com a instituição de uma ação própria e a imposição de comissões proporcionais à relevância dos negócios intermediados.⁴⁵

De acordo com a conceituação de Pontes de Miranda, a corretagem é definida como uma atividade intermediária entre indivíduos que têm o objetivo de celebrar contratos ou executar ações em nome de terceiros.⁴⁶

Essa intermediação, comumente remunerada, ocorre nas negociações de cunho civil ou comercial. No entanto, em sua maioria, a corretagem assume uma dimensão mercantil devido à sua natureza, que abrange os negócios jurídicos pretendidos.

Dentro do Código Civil, mais precisamente no artigo 722, está delineada a definição. Conforme explicitado de maneira exemplificativa, o contrato de corretagem pressupõe o compromisso de um indivíduo em efetuar transações em representação de outrem, pautando-se pelas orientações recebidas. Essa relação não estabelece vínculo de mandato, serviços ou dependência com terceiros.⁴⁷

E foi precisamente nesse contexto que o Tema Repetitivo 938 do Superior Tribunal de Justiça estabeleceu os parâmetros para a admissibilidade do pagamento da comissão de corretagem pelo adquirente, mediante a prévia disponibilização de informação, sob a ameaça de infringir o direito à informação. Tal precedente também se mostrou indispensável para situações envolvendo as taxas de conveniência.

⁴⁵ GERALDO, José Luiz; FRANCISCO, Daniel. **CONTRATO DE CORRETAGEM OU DE MEDIAÇÃO NO DIREITO BRASILEIRO**. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Geraldo-Romanello/publication/316619549_MEDIATION_OR_BROKERAGE_AGREEMENT_IN_THE_BRAZILIAN_LAW/links/5908211a4585152d2e9ffdcf/MEDIATION-OR-BROKERAGE-AGREEMENT-IN-THE-BRAZILIAN-LAW.pdf. Acesso em: 18 set. 2023.

⁴⁶ PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. **Tratado de direito privado**: parte especial, Tomo XLIII. Direito das Obrigações: Mandato. Gestão de negócios alheios sem outorga. Mediação. Comissão. Corretagem. 2. ed. Rio de Janeiro: Borsoi, 1958, p. 333. Acesso em 09 ago. 2023.

⁴⁷ BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 18 set. 2023.

3. RECURSO ESPECIAL Nº 1737428/RS

3.1 SURGIMENTO E RELATÓRIO DO JULGADO

A Associação de Defesa dos Consumidores do Rio Grande do Sul (ADECONRS) ajuizou, no ano de 2013, uma Ação Coletiva de Consumo contra a Empresa Ingresso Rápido, com o intuito de obter o reconhecimento da ilegalidade na cobrança de taxa de conveniência na comercialização de ingressos online.⁴⁸

Nesse contexto, a 16ª Vara Cível de Porto Alegre, por meio da sentença, pronunciou-se favorável aos pedidos pleiteados pela Associação, razão pela qual a empresa ré, entendendo-se lesada, interpôs recurso de apelação direcionado ao Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRS).⁴⁹

O mencionado Tribunal, por sua vez, revisou o entendimento estabelecido em primeira instância, concluindo que a aquisição de ingressos online é uma escolha do consumidor, uma vez que representa uma alternativa à compra presencial, e, assim, não identificou a cobrança da taxa como abusiva.

Assim, a Associação de Defesa dos Consumidores do Rio Grande do Sul (ADECONRS) interpôs um Recurso Especial perante o Superior Tribunal de Justiça (STJ), fundamentando-se na alegada violação de norma federal, especificamente nos artigos 39, V, e 51, IV, § 1º, III, do Código de Defesa do Consumidor (CDC).⁵⁰

No entendimento da Associação, por sua vez, a prática abusiva prevista no artigo 39, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), poderia ser identificada quando a taxa de conveniência fosse omitida na fase pré-contratual, como se estivesse incorporada ao preço, para posteriormente ser cobrada como um valor adicional, gerando aumento indevido do preço total.

⁴⁸ Dellazeri, Henrique; Cé, Clarissa. **Tribunal de Justiça – Vedada cobrança de taxa de conveniência em venda de ingressos**. Disponível em: <https://adeconrs.org.br/tribunal-de-justica-vedada-cobranca-de-taxa-de-conveniencia-em-venda-de-ingressos/>. Acesso em: 20 set 2023.

⁴⁹ Dellazeri, Henrique; Cé, Clarissa. **Tribunal de Justiça – Vedada cobrança de taxa de conveniência em venda de ingressos**. Disponível em: <https://adeconrs.org.br/tribunal-de-justica-vedada-cobranca-de-taxa-de-conveniencia-em-venda-de-ingressos/>. Acesso em: 20 set 2023.

⁵⁰ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor - Código de defesa do consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078. Acesso em: 03 ago. 2023

De acordo com Leonardo Roscoe Bessa⁵¹, a prática abusiva se configuraria quando a boa-fé objetiva fosse violada, uma vez que esta dita os parâmetros a serem seguidos, sendo, no presente caso, a devida informação do valor da taxa de conveniência desde a fase pré-contratual.

No acórdão do supracitado recurso, o colegiado do tribunal superior reformou novamente o entendimento, por entender que é risco da própria atividade empresarial que visa o lucro e integrante do investimento do fornecedor, integrando, dessa forma, o custo básico embutido no preço.⁵²

Além disso, o tribunal considerou uma violação ao direito à informação do consumidor, uma vez que este não estava devidamente informado de que estava assumindo uma dívida que era de responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços.

Por fim, enfatizou que qualquer potencial vantagem que o consumidor poderia obter ao adquirir ingressos sem sair de sua residência era comprometida pelo fato de ser obrigado a aceitar, sem liberdade de escolha, as condições impostas pela empresa demandada.

A empresa de pessoa jurídica denominada Ingresso Rápido Promoção de Evento LTDA opôs, em sequência, Embargos de Declaração contra o Recurso Especial, alegando que o acórdão em questão apresentava omissões e contradições.

Durante a análise dos referidos Embargos, o voto proferido pelo Ministro Paulo de Tarso Sanseverino concluiu que a taxa de conveniência deve ser examinada à luz do tema 938 do Superior Tribunal de Justiça (STJ).

Nesse contexto, o Ministro sustentou que os custos relacionados à intermediação podem ser transferidos ao consumidor, desde que haja a prévia divulgação do preço total da aquisição, com destaque para o valor da comissão de corretagem.

O ponto central da análise consiste em verificar se a comissão de corretagem não foi ocultada na fase pré-contratual, simulando sua inclusão no preço, para

⁵¹ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁵² STJ. RECURSO ESPECIAL. Resp: 1737428 RS 2017/0163474-2, Relator: Ministra Nancy Andrighi, DJ: 12/03/2019. DJe 15/03/2019. **STJ**, 2019.

posteriormente ser cobrada como um valor adicional, o que resultaria em um aumento indevido no preço total suportado pelo consumidor.

Segundo o entendimento do Ministro, a legalidade da taxa de conveniência requer apenas que o consumidor seja previamente informado sobre essa transferência de custos, evitando surpresas com o aumento do preço no momento final da compra.

Esse entendimento baseia-se no direito do consumidor à informação, uma vez que a prática abusiva seria configurada se um preço menor fosse apresentado inicialmente, para, após conquistar a preferência do consumidor, exigir a diferença de preço sob a roupagem de um serviço "adicional", aumentando indevidamente o valor a ser desembolsado.⁵³

Para maior clareza, o valor apresentado deve ser o montante a ser efetivamente pago, incluindo tanto o valor do ingresso quanto a taxa de conveniência. Não é suficiente que a mencionada transferência de custos esteja apenas mencionada nas políticas do site de vendas ou em eventuais contratos.

3.2 ANÁLISE CRÍTICA

O Superior Tribunal de Justiça demonstrou unanimidade em respeito aos mecanismos relacionados ao combate da abusividade nas taxas de conveniência. Isto é, inicialmente, vários foram os aspectos utilizados pelos julgadores para a caracterização do que seria necessário para a legalidade das taxas de conveniência, em especial a exigência reside na antecipação da comunicação da tarifa ao consumidor, de maneira concomitante à apresentação do preço final.

Em termos alternativos, o propósito subjacente é evitar a alteração do valor que exerce apelo ao comprador do produto, mediante a inclusão da taxa de conveniência após a etapa pré-contratual, o que configuraria uma transgressão ao direito à informação.

Conforme observado, o acórdão do Superior Tribunal de Justiça (STJ) abarca um caso paradigmático capaz de fundamentar as demais ocorrências. Nessa linha de argumentação, outro elemento essencial diz respeito à obrigação do fornecedor de

⁵³ STJ. RECURSO ESPECIAL. Resp: 1737428 RS 2017/0163474-2, Relator: Ministra Nancy Andriighi, DJ: 12/03/2019. DJe 15/03/2019. **STJ**, 2019.

disponibilizar múltiplas alternativas de aquisição em distintos canais, para além daquele estritamente virtual. A negligência nesse aspecto pode resultar na limitação do direito de seleção por parte do consumidor, configurando, assim, a prática de venda casada.⁵⁴

Com o propósito de prover uma maior elucidação, a justificativa apresentada para a inclusão da taxa de conveniência reside na conveniência do consumidor em poder permanecer em sua residência, evitando, no entanto, enfrentar filas e deslocamentos presenciais.⁵⁵

Entretanto, é relevante destacar que os portais eletrônicos também viabilizam uma ampla visualização e expansão nas vendas de ingressos, o que, conforme anteriormente mencionado, pode resultar na restrição do direito de escolha e, conseqüentemente, na prática de venda casada, se restringir a aquisição dos ingressos unicamente a esse canal exclusivo.⁵⁶

A justificativa para a inclusão da taxa de conveniência, baseada na suposta comodidade do consumidor permanecer no conforto de sua residência, perde sua validade à medida que, nos dias de hoje, a venda de ingressos ocorre, em grande parte dos casos, exclusivamente por meio virtual.

Observa-se que não existe a possibilidade de escolha por parte do consumidor em dirigir-se a um ponto físico de venda de ingressos, tornando-se, assim, imperativo adquiri-los de forma virtual e, conseqüentemente, sujeitos a inclusão da taxa de conveniência.

O entendimento estabelecido no acórdão, ao fazer uma analogia com a taxa de corretagem, mantém-se tão centrado no dever da fornecedora de serviços de informar que negligencia a proteção do consumidor contra a prática de venda casada, uma vez que, nos embargos de declaração, apenas se exige a divulgação do preço total na fase pré-contratual.

Além disso, ainda persistem debates sem resolução definitiva por meio das interpretações estabelecidas pelo Superior Tribunal, como é o caso da cobrança de

⁵⁴ BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado.**: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

⁵⁵ STJ. RECURSO ESPECIAL. Resp: 1737428 RS 2017/0163474-2, Relator: Ministra Nancy Andrighi, DJ: 12/03/2019. DJe 15/03/2019. **STJ**, 2019.

⁵⁶ (CATALAN, M. A **inconveniência da taxa de conveniência**. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/276543588.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2023.)

taxa de conveniência por ingressos adquiridos, mesmo quando efetuados na mesma transação.

Essa questão pode ser elucidada por meio de uma análise das publicações elaboradas por órgãos de defesa do consumidor, os quais, embora reconheçam a existência do entendimento consolidado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), ainda manifestam uma postura contrária à cobrança de múltiplas taxas de corretagem na mesma transação.

É interessante observar que, em 2011, mesmo considerando que a venda de ingressos online não possuía a mesma relevância que ostenta atualmente, a legislação estadual do Rio de Janeiro demonstrou preocupação em abordar uma questão que, nove anos depois, ainda não encontrou uma solução no entendimento pacificado pelo Superior Tribunal de Justiça.

O mesmo propósito foi evidenciado no projeto de lei mencionado anteriormente, que também visava proibir a cobrança de múltiplas taxas de conveniência quando um único consumidor adquirisse diversos ingressos.

Observa-se a presença de um enriquecimento sem causa, devido à combinação da falta de opção do consumidor em escolher entre aquisição física ou virtual dos ingressos, juntamente com a prática de cobrar taxas de conveniência por cada ingresso, garantindo uma vantagem exagerada em favor dos intermediários, em detrimento dos consumidores.

É forçoso concluir, assim, a existência de prática abusiva na inclusão da taxa de conveniência, uma vez que, embora o tribunal exija que o fornecedor deixe claro a inclusão dessa taxa desde as fases pré-contratuais, ele omite a obrigação de disponibilizar a opção de compra por meios físicos e não estabelece limites quanto ao número de taxas de conveniência cobradas por transação.

CONCLUSÃO

Com o progresso da tecnologia, a fragilidade do consumidor também tem sido ressaltada no contexto virtual. Essa percepção se fundamenta na carência de informações entre os consumidores e os fornecedores, estes últimos, por sua vez, dispendo de várias ferramentas para manter vantagem nessa relação.

Diante da relevância da proteção dos direitos do consumidor, torna-se imperativo observar os princípios da vulnerabilidade, da informação, da boa-fé objetiva nas relações contratuais e a proibição de práticas manifestamente abusivas.

A vulnerabilidade do consumidor torna-se evidente devido à falta de recursos para equilibrar sua relação com o fornecedor, uma vez que este detém conhecimentos técnicos e especializados sobre os produtos, frequentemente informações às quais os consumidores vulneráveis não têm acesso.

Conscientes da disparidade existente entre consumidores e fornecedores, é crucial reconhecer a indispensabilidade do direito à informação nessas relações. A disponibilidade da internet facilitou significativamente as operações dos fornecedores de produtos, proporcionando-lhes um alcance muito maior para suas vendas. No entanto, é imperativo que, a todo momento, eles forneçam informações claras, objetivas e essenciais sobre os produtos.

Além disso, é importante reconhecer que a vulnerabilidade do consumidor e o dever de fornecer informações claras e objetivas são elementos essenciais que sustentam o princípio da boa-fé objetiva nas relações de consumo. Esse entendimento deriva da obrigação de observar a transparência e a lealdade, sempre com precisão e segurança, a fim de proteger, por exemplo, o consumidor contra práticas abusivas.

Com base nesses elementos, a discussão acerca da legalidade da taxa de conveniência experimentou mudanças significativas em seu entendimento predominante. Isso ocorreu em 2020, quando o Superior Tribunal de Justiça (STJ) revisou seu posicionamento e passou a reconhecer a validade da cobrança da taxa de conveniência, desde que determinados requisitos fossem observados.

De acordo com o entendimento da turma do Tribunal Superior, considerando esse assunto à luz da taxa de corretagem, estabeleceu-se o entendimento de que, para que a taxa de conveniência seja considerada válida, é imprescindível que o preço seja apresentado na fase pré-contratual. Isso garante que o consumidor tenha conhecimento do preço total e não seja surpreendido por valores adicionais na fase final da transação.

Percebe-se, dessa forma, a aplicação concreta dos princípios que regem as relações de consumo. No caso em comento, a inobservância dos princípios da boa-fé objetiva, da vulnerabilidade e da informação resultaria na invalidação da taxa de conveniência. Isso ocorreria porque tais práticas se converteriam em práticas

manifestamente abusivas, impondo ao consumidor custos que deveriam ser suportados pelo fornecedor.

Conclui-se, portanto, que, embora o acórdão exija a observância dos princípios inerentes ao consumidor, ainda deixa espaço para questões prejudiciais a esse consumidor tão vulnerável nas relações de consumo, uma vez que não impede a persistência de práticas que podem ser consideradas abusivas nas transações envolvendo as taxas de conveniência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022. E-book. ISBN 9786559641819. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor - Código de defesa do consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078. Acesso em: 03 ago. 2023

DECLARAÇÃO DE SÓFIA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DE PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. Conferência das Nações Unidas sobre Proteção do Consumidor, realizada em Sófia, Bulgária, 26 de agosto de 2012. Disponível em: <https://societip.files.wordpress.com/2013/12/lima-marques-y-valverde-santana-consumidor.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988**. Diário Oficial da União. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm Acesso em: 9 ago. 2023.

SOUZA, Sylvio Capanema de; WERNER, José Guilherme V.; NEVES, Thiago F C. **Direito do Consumidor**.: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788530981273. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530981273/>. Acesso em: 16 ago. 2023.)

SCHIER, Flora Margarida Clock. **A Boa-Fé Como Pressuposto Fundamental do Dever de Informar**. Curitiba: Juruá, 2006. Acesso em: 18 set. 2023.

CATALAN, M. **A inconveniência da taxa de conveniência**. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/276543588.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

ALMEIDA, José Luiz Gavião de. **Contrato de Corretagem**. Cadernos de Direito, Piracicaba, v. 3, 2004. Acesso em: 18 set. 2023.

BESSA, Leonardo R. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**.: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559642298. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559642298/>. Acesso em: 18 set. 2023.

JÚNIOR, A. C. G. et al. **Os 30 anos do código de defesa do consumidor**: evolução e desafios no relacionamento com clientes. 1. ed. Indaiatuba: Foco, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 20 set. 2023.

VALVERDE SANTANA, Héctor; SOUZA VIANA, Rafael. **Sharing consumers personal data: the abuses committed by suppliers and the proposals of the Senates Legislative Bill number 181/2014**. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, Brasília, v. 7, n. 1, p. 237-253, 2017. DOI: 10.5102/rbpp.v7i1.4579. Disponível em: <<https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/RBPP>>. Acesso em: 20 set. 2023.

STJ. RECURSO ESPECIAL. **Resp: 1737428** RS 2017/0163474-2, Relator: Ministra Nancy Andrighi, DJ: 12/03/2019. DJe 15/03/2019. STJ, 2019.

TAMANHO DO MERCADO DE INGRESSOS PARA EVENTOS ONLINE E ANÁLISE DE AÇÕES – TENDÊNCIAS E PREVISÕES DE CRESCIMENTO (2023 – 2028). Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-online-event-ticketing-market-industry> . Acesso em: 20 set. 2023.

ECONOMIST, T. **e-Commerce takes off**. mai. 2004. Disponível em: <http://www.economist.com/node/2668033> . Acesso em: 23 set. 2023.

Terceira Turma considera ilegal cobrança de taxa de conveniência na venda de ingressos on-line. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias->

antigas/2019/2019-03-12_18-31_Terceira-Turma-considera-ilegal-cobranca-de-taxa-de-conveniencia-na-venda-de-ingressos-online.aspx. Acesso em: 15 set. 2023.

Dellazeri, Henrique; Cé, Clarissa. **Tribunal de Justiça – Vedada cobrança de taxa de conveniência em venda de ingressos.** Disponível em: <https://adeconrs.org.br/tribunal-de-justica-vedada-cobranca-de-taxa-de-conveniencia-em-venda-de-ingressos/>. Acesso em: 20 set 2023.

RAQUEL DE MOURA SOUSA, CINTHYA. **Taxa de (in)conveniência?**. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/54093/taxa-de-in-convenincia>. Acesso em: 20 set 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a regulamentação da cobrança da taxa de conveniência pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela internet ou telefone. Disponível em: <http://www.procon.rj.gov.br/index.php/publicacao/detalhar/335#:~:text=Hoje%2C%209%20de%20dezembro%20de,ingressos%20pela%20internet%20ou%20telefone..> Acesso em: 03 ago. 2023

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 1.030, de 26 de abril de 2022.** Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência, por empresas prestadoras de serviço de venda pela internet ou aplicativos, de ingressos para espetáculos culturais e de entretenimento, para eventos desportivos e emissão de passagens. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2320478>. Acesso em: 03 ago. 2023.

SANTANA, Héctor Valverde. **Pagamento de comissão de corretagem na compra e venda de imóvel:** obrigação do fornecedor. Revista de Direito do Consumidor. Acesso em: 03 ago. 2023.

COLTRO, Antônio Carlos Mathias. **Contrato de corretagem imobiliária:** doutrina, jurisprudência e regulamentação. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item-global&doc_library=SEN01&doc_number=001006330: Acesso em: 03 ago. 2023.

GERALDO, José Luiz; FRANCISCO, Daniel. **CONTRATO DE CORRETAGEM OU DE MEDIAÇÃO NO DIREITO BRASILEIRO.** Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Geraldo-Romanello/publication/316619549_MEDIATION_OR_BROKERAGE_AGREEMENT_IN_THE_BRAZILIAN_LAW/links/5908211a4585152d2e9ffdcf/MEDIATION-OR-BROKERAGE-AGREEMENT-IN-THE-BRAZILIAN-LAW.pdf. Acesso em: 18 set. 2023.

PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. **Tratado de direito privado**: parte especial, Tomo XLIII. Direito das Obrigações: Mandato. Gestão de negócios alheios sem outorga. Mediação. Comissão. Corretagem. 2. ed. Rio de Janeiro: Borsoi, 1958, p. 333. Acesso em 09 ago. 2023.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 18 set. 2023.

NUNES, Luiz Antônio R. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 8.ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015, p. 76. E-book. ISBN 9788502616271. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 6.ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2015. E-book. ISBN 9788502616837. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616837/>. Acesso em: 9 ago. 2023

GRINOVER, Ada, P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 13.ed. Rio de Janeiro: Grupo Editora Nacional, 2022. p. 110. E-book. ISBN 978-65-5964-552-7. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/> . Acesso em: 9 ago. 2023.

VARALLI, Riccardo Marcori. **Direito do consumidor**. 1. ed. São Paulo: Rideel, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 out. 2023.

SCHWARTZ, Fabio. **Manual de direito do consumidor: tópicos e controvérsias**. 2. ed. Rio de Janeiro: Processo, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 09 out. 2023.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2020. p. 74. E-book. ISBN 9786559645527. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

¹ MELLO, Cleyson de Moraes. **Curso de direito do consumidor**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Processo, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 09 out. 2023.