



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Direito

PAMELLA DOS SANTOS PAPADÓPOLIS

**IMPACTOS DA FALTA DE NORMAS PARA MITIGAR A PRÁTICA DE CAMBISMO
EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS**
uma análise sob a ótica do direito do consumidor

**BRASÍLIA
2025**

PAMELLA DOS SANTOS PAPADÓPOLIS

**IMPACTOS DA FALTA DE NORMAS PARA MITIGAR A PRÁTICA DE CAMBISMO
EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS**
uma análise sob a ótica do direito do consumidor

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: Professor Luciano de Medeiros Alves

BRASÍLIA
2025

PAMELLA DOS SANTOS PAPADÓPOLIS

**IMPACTOS DA FALTA DE NORMAS PARA MITIGAR A PRÁTICA DE CAMBISMO
EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS
uma análise sob a ótica do direito do consumidor**

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: Professor Luciano de Medeiros Alves

BRASÍLIA, 09 DE MAIO DE 2025

BANCA AVALIADORA

Professor Luciano de Medeiros Alves

Professor(a) Avaliador(a)

IMPACTOS DA FALTA DE NORMAS PARA MITIGAR A PRÁTICA DE CAMBISMO EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS

uma análise sob a ótica do direito do consumidor

Pamella dos Santos Papadópoli

RESUMO

Este artigo analisa os impactos da ausência de normas específicas para coibir a prática do cambismo em eventos não esportivos, com enfoque na proteção conferida pelo Direito do Consumidor. A pesquisa utiliza abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental de legislações vigentes, projetos de lei e jurisprudência recente. O estudo parte do pressuposto de que o Código de Defesa do Consumidor, embora sólido, é insuficiente para lidar com as especificidades da revenda ilegal de ingressos em eventos culturais, agravada por práticas digitais e omissões dos fornecedores. Identifica-se que os consumidores são prejudicados economicamente e emocionalmente, enfrentando preços abusivos, fraudes e exclusão. O trabalho aponta que tanto o CDC quanto às legislações atuais — como a Lei da Economia Popular e a Lei Geral do Esporte — não abrangem de forma satisfatória o cambismo fora do âmbito esportivo. Os resultados evidenciam a necessidade de regulamentação específica e de mecanismos tecnológicos de controle, como limitação por CPF e devolução oficial dos ingressos. Conclui-se que a aprovação de projetos legislativos recentes, como os PLs nº 3.115/2023 e 3.120/2023, é essencial para a efetiva proteção do consumidor no mercado de entretenimento.

Palavras-chave: direito do consumidor; cambista; venda de ingressos; responsabilidade do fornecedor.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO; 2 DIREITO DO CONSUMIDOR PELA ÓTICA DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA; 2.1 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; 2.2 RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO; 2.3 SUJEITOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO; 2.4 RESPONSABILIDADE CIVIL; 2.4.1 Espécies; 2.4.1.1 Contratual; 2.4.1.2 Não Contratual Ou Extracontratual; 2.4.1.3 Objetiva; 2.4.1.4 Subjetiva; 2.4.2 Responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor; **3 O CAMBISMO E SUA APLICABILIDADE NO ATUAL CENÁRIO DE ENTRETENIMENTO;** 3.1 CAMBISMO NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA; 3.1.1 Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951); 3.1.2 Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023); 3.2 ANÁLISE DO PROJETO “LEI TAYLOR SWIFT” (PROJETO DE LEI Nº 3.115/2023 E Nº 3.120/2023); 3.2.1 Projeto de Lei nº 3.115/2023; 3.2.2 Projeto de Lei nº 3.120/2023; **4 REFLEXOS DA FALTA DE REGULAMENTAÇÃO PARA A COMPRA DE INGRESSOS PARA SHOWS DE GRANDE PORTE;** 4.1 CONSEQUÊNCIAS DA VENDA ILÍCITA; 4.2 MECANISMOS DE DEVOLUÇÃO DE INGRESSOS; 4.3 HIPÓTESES DE CONTROLE DAS VENDAS DE INGRESSOS; 4.4 PRECEDENTES JUDICIAIS CONTRA O CAMBISMO EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS; **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS; REFERÊNCIAS.**

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso busca explorar os impactos da falta de normas para mitigar a prática de cambismo em eventos não esportivos, sob uma ótica do direito do consumidor. A pesquisa se baseia na relevância social, jurídica e econômica do tema, especialmente nos desafios enfrentados pelos consumidores em eventos de entretenimento no Brasil, como shows, causados pela prática do crime de cambismo.

O cambismo, que consiste na revenda ilegal de ingressos por valores superiores aos oficiais, é uma prática recorrente, especialmente em eventos não esportivos, como shows e festivais. O objetivo principal do trabalho é investigar se a atual legislação, principalmente o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é capaz de oferecer uma proteção eficaz aos consumidores e punir de forma adequada os responsáveis por essa prática abusiva. Além disso, busca-se analisar se há a necessidade de uma nova legislação específica para o setor de entretenimento.

A pesquisa parte da premissa de que, embora o CDC tenha sido instituído para proteger os direitos dos consumidores, ele apresenta lacunas significativas quando se trata da venda de ingressos para eventos não esportivos. O cambismo gera sérios danos tanto no plano econômico quanto no emocional dos consumidores, que se veem obrigados a pagar preços inflacionados, muitas vezes impossibilitando sua participação em eventos desejados. Esses consumidores, em sua maioria, são o elo mais fraco na relação de consumo, enquanto os fornecedores e cambistas se beneficiam da falta de regulamentação e fiscalização adequada.

Ao abordar o cambismo sob a ótica do direito do consumidor, o presente trabalho explora também o conceito de responsabilidade civil do fornecedor. A prática de cambismo não apenas prejudica o consumidor financeiramente, mas também afeta a credibilidade dos organizadores de eventos e das plataformas de venda de ingressos. Essas plataformas, muitas vezes, podem ser vistas como coniventes ou negligentes ao não adotarem medidas eficazes para impedir a revenda ilegal. Isso levanta a discussão sobre a responsabilidade objetiva dos fornecedores, que devem zelar pelos direitos dos consumidores, evitando práticas abusivas que causem danos patrimoniais e emocionais.

Além de discutir o CDC, também se torna necessário analisar outras legislações relevantes, como a Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023) e a Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951), que abordam de maneira limitada o combate ao cambismo. Entretanto, essas legislações são voltadas principalmente para eventos esportivos, deixando uma lacuna quando se trata de eventos de entretenimento. Diante disso, o artigo propõe a análise de projetos de lei recentes, como o Projeto de Lei nº 3.113/2023, também conhecido como "Lei Taylor Swift", que busca criar normas mais rígidas e específicas para o setor de entretenimento, visando mitigar a prática de cambismo.

A relevância da pesquisa é evidenciada pelo impacto crescente do cambismo no mercado de eventos no Brasil. Com o aumento da demanda por ingressos para eventos de grande porte, como concertos de artistas internacionais, a revenda ilegal de ingressos tem se tornado cada vez mais comum. Essa prática inflaciona os preços e causa frustração aos consumidores, que muitas vezes não conseguem adquirir ingressos por meio dos canais oficiais ou são obrigados a pagar valores exorbitantes para garantir sua participação nos eventos. Essa distorção do mercado de ingressos também gera prejuízos econômicos para os organizadores e plataformas de venda, que veem seu papel desvalorizado diante da prática ilegal.

A metodologia de pesquisa adotada no presente estudo fundamenta-se em uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva. Inicialmente, realiza-se uma revisão bibliográfica abrangente, considerando obras e artigos especializados, bem como legislações e projetos de lei relevantes, como o Código de Defesa do Consumidor e a "Lei Taylor Swift".

Por fim, o artigo sugere possíveis soluções para coibir a prática de cambismo, como a criação de sistemas de venda de ingressos mais justos, a exemplo de filas virtuais com controle por CPF, e a limitação na quantidade de ingressos por pessoa. Além disso, a adoção de legislações mais rigorosas, como os projetos de lei mencionados, é vista como essencial para garantir a proteção dos consumidores e fomentar um mercado de eventos mais transparente e acessível. Assim, o estudo visa contribuir para a construção de um arcabouço jurídico mais sólido, capaz de proteger os direitos dos consumidores e assegurar a integridade do mercado de entretenimento no Brasil.

2 DIREITO DO CONSUMIDOR PELA ÓTICA DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

O Direito do Consumidor no Brasil surgiu como resposta à crescente complexidade das relações de consumo, intensificadas pelo avanço do mercado de massa e pela industrialização no século XX.

Durante décadas, o consumidor esteve desprotegido frente às práticas abusivas de fornecedores, enquanto o ordenamento jurídico carecia de normas específicas para equilibrar essas relações. A pressão por uma legislação que garantisse a justiça social e promovesse os direitos fundamentais ganhou força com a redemocratização do país e a promulgação da Constituição Federal de 1988.

Nessa perspectiva, o artigo 5º, inciso XXXII, estabeleceu a defesa do consumidor como um direito fundamental, e o artigo 170, inciso V, destacou sua importância para a ordem econômica.

O marco normativo foi consolidado com a publicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) pela Lei nº 8.078 de 1990, que se inspirou em legislações estrangeiras e na experiência brasileira em proteção coletiva de direitos. O CDC refletiu o espírito constitucional de proteger a parte vulnerável da relação de consumo, institucionalizando direitos básicos e mecanismos de fiscalização e repressão. Sua criação representou um avanço significativo no reconhecimento do consumidor como sujeito de direitos, estabelecendo um paradigma de equilíbrio, transparência e ética nas práticas de mercado.

2.1 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, é um marco legislativo no Brasil, voltado para regular as relações de consumo. O CDC visa garantir a proteção e a defesa dos direitos dos consumidores em suas interações com fornecedores de produtos e serviços.

Para Fabrício Bolzan de Almeida (2024), o CDC é considerado uma lei principiológica, pois possui diversos princípios que norteiam os direitos dos consumidores e deveres dos fornecedores. Já para Nery Junior (2019, p. 45), "o CDC foi elaborado com o intuito de dar efetividade ao princípio constitucional da

defesa do consumidor, consagrado no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988.”

O código traz vários princípios em sua normatização para que seja possível e eficaz a proteção do consumidor, tais como o da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva e da informação. No sistema jurídico brasileiro, a vulnerabilidade do consumidor refere-se ao fato de que ele é sempre visto como a parte mais frágil nas relações de consumo, tanto em termos técnicos quanto jurídicos e econômicos, como afirma Cláudia Lima Marques (2015). Esse princípio é essencial para a interpretação das normas do CDC, uma vez que norteia a aplicação de medidas que visam reequilibrar a relação entre consumidor e fornecedor.

Agora, o princípio da boa-fé objetiva se baseia em agir de maneira honesta e responsável, respeitando a legislação. A “boa-fé objetiva implica em padrões de comportamento que transcendem o simples cumprimento do contrato, incorporando valores éticos e deveres de cooperação, lealdade e transparência”, como afirma Bruno Miragem (2020, p. 67). Tal princípio se aplica para todos os sujeitos envolvidos na relação de consumo e vai além do mero seguimento à legislação, mas também impõe valores éticos.

Por fim, outro pilar importante do Código é o princípio da informação. Isso porque, como afirma Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin (2013), a transparência nas relações de consumo é fundamental, já que a disponibilização de informações claras e adequadas possibilita ao consumidor tomar decisões informadas, evitando riscos e garantindo sua liberdade de escolha. Em contraponto, a autora Cláudia Lima Marques (2015, p. 89) diz que “a correta informação é um direito básico do consumidor, que possibilita a escolha consciente, além de ser uma condição indispensável para a realização de um mercado equilibrado e eficiente”. Dessa forma, o dever de informar recai sobre o fornecedor, que deve garantir que todos os dados sobre o produto ou serviço estejam claramente disponíveis ao consumidor.

Portanto, o CDC busca garantir não apenas a integridade física do consumidor, mas também sua integridade econômica. Para isso, ele estabelece princípios a serem seguidos pelos sujeitos, direitos básicos do consumidor, deveres

e responsabilidades dos fornecedores, além de prever determinadas sanções e práticas abusivas.

2.2 RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

A relação jurídica de consumo, regida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), é uma espécie de relação jurídica privada que envolve dois sujeitos principais: o consumidor e o fornecedor. É caracterizada por uma troca de bens ou serviços, estabelecendo direitos e deveres entre as partes, e tem como fundamento central a proteção do consumidor em virtude da sua vulnerabilidade.

Além disso, é uma modalidade específica de relação contratual, que se distingue por seu caráter protetivo, conferido ao consumidor. De acordo com a Claudia Lima Marques (2015, p. 120), essa relação de consumo tem como característica principal “o reconhecimento de que o consumidor está em uma posição de inferioridade em relação ao fornecedor, seja essa vulnerabilidade econômica, técnica ou informacional”.

O CDC foi instituído com o objetivo de equalizar essa relação, impondo um conjunto de obrigações ao fornecedor para evitar abusos e garantir a proteção do consumidor. A doutrina destaca que a relação jurídica de consumo está diretamente atrelada ao princípio da boa-fé e à função social dos contratos, impondo limites à autonomia privada das partes envolvidas.

A relação jurídica de consumo é norteadada por diversos princípios fundamentais, sendo o mais relevante o princípio da vulnerabilidade do consumidor, previsto no artigo 4º, inciso I do CDC.

Conforme observa Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin (2012, p. 45), “a vulnerabilidade do consumidor justifica a existência de normas cogentes, que limitam a liberdade contratual para garantir equilíbrio na relação”. Já para Valério Dal Pai Moraes (2009), esse princípio reconhece o sujeito mais fraco na relação de consumo e tem por objetivo protegê-lo do sujeito mais forte em seus aspectos físicos, psíquicos e econômicos.

Esse princípio justifica a maior proteção ao consumidor, visto que, nas relações de consumo, este encontra-se em desvantagem tanto econômica quanto informacional.

Outro princípio essencial é o da boa-fé objetiva, que exige lealdade e honestidade das partes durante toda a execução do contrato de consumo. Sobre este princípio, o CDC diz em seu artigo 4º, inciso III que a:

Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores (Brasil, 1990, art. 4º, inciso III).

Cláudia Lima Marques (2015, p. 145) destaca que "o princípio da boa-fé objetiva impõe um dever de cooperação entre as partes, evitando práticas abusivas e assegurando a proteção contra cláusulas contratuais que desequilibrem a relação".

Já Flávio Alves Martins (2000), diz que, em uma relação jurídica, é obrigação das partes agir com base na confiança mútua que deve existir, de forma justa e íntegra. Mais precisamente, trata-se da conduta correta e ética dos envolvidos, assumindo o cumprimento fiel do que foi acordado.

Portanto, nota-se que existe uma série de garantias e proteções para o consumidor nesta relação jurídica porque ela é marcada pela assimetria de poder entre as partes envolvidas. O consumidor é protegido por um conjunto de princípios e normas que visam garantir que suas vulnerabilidades sejam compensadas pelo rigor imposto ao fornecedor, especialmente no que diz respeito à segurança, qualidade e transparência na oferta de produtos e serviços.

2.3 SUJEITOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Os sujeitos da relação de consumo são definidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei nº 8.078/1990, que estabelece regras para a proteção dos consumidores e disciplina as relações de consumo no Brasil.

Basicamente, os sujeitos da relação de consumo são o consumidor e o fornecedor. Esses termos possuem definições jurídicas específicas no CDC e são complementados pela doutrina.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) define o consumidor, em seu artigo 2º, como "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (Brasil, 1990, art. 2º).

O conceito de destinatário final é crucial para a aplicação da proteção estabelecida pelo CDC, ou seja, protege aquele que adquire bens ou serviços para consumo próprio, sem intenções de revenda ou uso na produção de novos bens ou serviços.

Há discussões na doutrina acerca do significado de "destinatário final". Cláudia Lima Marques (2015) defende uma interpretação ampliada do conceito de consumidor, sustentando que o CDC deve ser aplicado sempre que houver uma situação de vulnerabilidade do adquirente em relação ao fornecedor. A referida autora argumenta que a vulnerabilidade do consumidor pode ser técnica, econômica ou jurídica, e que essa característica é fundamental para justificar a aplicação do CDC a pessoas jurídicas, desde que se enquadrem em uma situação de hipossuficiência.

Por outro lado, Nelson Nery Júnior (2020) adota uma visão mais restritiva, afirmando que o consumidor deve ser o destinatário final fático e econômico do produto ou serviço. O autor entende que o CDC não se aplica a quem adquire bens ou serviços para usá-los em sua atividade econômica, exceto em situações específicas em que haja evidente vulnerabilidade.

O princípio da vulnerabilidade é uma das pedras angulares do CDC e orienta a interpretação das normas de defesa do consumidor. A doutrina amplamente reconhece que a proteção especial conferida ao consumidor se justifica em virtude da sua posição de vulnerabilidade frente ao fornecedor. De acordo com Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin (2012), essa vulnerabilidade pode ser técnica, jurídica ou econômica e é ela que fundamenta a maior parte dos direitos e garantias oferecidos ao consumidor no ordenamento jurídico brasileiro.

Agora, falando sobre fornecedor, em seu artigo 3º, o CDC define como:

[...] toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, criação, montagem, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990, art. 3º)

Para Rizzato Nunes (2013), o conceito de fornecedor no CDC é propositalmente amplo, abrangendo todos os agentes que participam da cadeia de fornecimento de bens ou serviços ao consumidor, independentemente da etapa em que atuam. Assim, tanto os fabricantes quanto os distribuidores, atacadistas e lojistas podem ser considerados fornecedores dentro das relações de consumo.

Há, também, uma discussão doutrinária sobre a amplitude desse conceito trazido pelo CDC. Claudia Lima Marques (2022, p. 103) diz que o artigo 3º do CDC:

bem especifica que o sistema de proteção do consumidor considera como fornecedores todos os que participam da cadeia de fornecimento de produtos e da cadeia de fornecimento de serviços (...), não importando sua relação direta ou indireta, contratual ou extracontratual, com o consumidor.

Já Bruno Miragem (2024, p. 154), diz que:

[...] Com relação ao elemento dinâmico da definição (desenvolvimento de atividade), o CDC buscou relacionar ampla gama de ações, com relação ao fornecimento de produtos e à prestação de serviços. Nesse sentido, é correto indicar que são fornecedores, para os efeitos do CDC, todos os membros da cadeia de fornecimento, o que será relevante ao definir-se a extensão de seus deveres jurídicos, sobretudo em matéria de responsabilidade civil.

Portanto, observa-se que a doutrina contribui significativamente para o entendimento e aplicação desses conceitos, oferecendo interpretações que enriquecem e adaptam o CDC às realidades práticas. Assim, a interação entre legislação e doutrina reforça a eficácia do sistema de proteção ao consumidor, garantindo um equilíbrio necessário nas relações de consumo.

2.4 RESPONSABILIDADE CIVIL

A responsabilidade civil tem como objetivo principal recompor o equilíbrio tanto moral quanto patrimonial que foi comprometido pela ação do causador do dano. Para Carlos Roberto Gonçalves (2023), seu propósito é, portanto, corrigir a desarmonia provocada pelo dano, traduzindo-se na noção de compensação e reparação das perdas sofridas.

O Código Civil Brasileiro aborda amplamente esse conceito e define seus fundamentos em seus artigos 186 e 927: “todo aquele que violar direito e causar dano a outrem comete ato ilícito” (Brasil, 2002, art. 186). “Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo” (Brasil, 2002, art. 927).

Portanto, Carlos Roberto Gonçalves (2023) entende que a responsabilidade civil configura-se como um dever jurídico que surge posteriormente à violação de um dever originário, tendo como finalidade a recomposição do dano causado.

Ademais, divide-se em espécies, e cada uma delas é fundamentada em princípios próprios, que justificam a obrigação de indenizar com base no contexto e na natureza do ato.

2.4.1 Espécies

No direito brasileiro, a responsabilidade civil se divide em duas principais espécies: a responsabilidade civil subjetiva e a objetiva, fundamentadas, respectivamente, nos artigos 186 e 927 do Código Civil. Porém, para melhor compreensão do tema, é necessário abordar demais classificações como a contratual, não contratual e a responsabilidade do fornecedor.

Essas classificações refletem a necessidade de adaptar a reparação de danos às diferentes situações fáticas e à evolução das relações sociais, promovendo justiça e segurança jurídica.

2.4.1.1 Contratual

Para Maria Helena Diniz (2019), a responsabilidade civil contratual ocorre quando uma das partes deixa de cumprir as obrigações estabelecidas em contrato, causando prejuízo à outra. Já Carlos Roberto Gonçalves (2020) diz que esse tipo de responsabilidade pressupõe não apenas a existência de um contrato, mas também o descumprimento de uma obrigação específica, que resulta em danos à parte prejudicada.

De acordo com Sílvio de Salvo Venosa (2021, p. 392), "a responsabilidade contratual nasce da inexecução do contrato ou da prestação devida, gerando um prejuízo que precisa ser reparado". Assim, é necessário comprovar tanto a existência do contrato quanto uma conduta omissiva ou comissiva que tenha violado seus termos.

O Código Civil aborda essa espécie em seus artigos 389 e 395:

Art. 389. Não cumprida a obrigação, responde o devedor por perdas e danos, mais juros, atualização monetária e honorários de advogado. (Redação dada pela Lei nº 14.905, de 2024).

Parágrafo único. Na hipótese de o índice de atualização monetária não ter sido convencionado ou não estar previsto em lei específica, será aplicada a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado e divulgado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou do índice que vier a substituí-lo. (Incluído pela Lei nº 14.905, de 2024) (Brasil, 2002, art. 389).

Art. 395. Responde o devedor pelos prejuízos a que sua mora der causa, mais juros, atualização dos valores monetários e honorários de advogado. (Redação dada pela Lei nº 14.905, de 2024).

Parágrafo único. Se a prestação, devido à mora, se tornar inútil ao credor, este poderá enjeitá-la, e exigir a satisfação das perdas e danos (Brasil, 2002, art. 395).

Portanto, observa-se que a responsabilidade civil contratual fundamenta-se na inexecução de obrigações pactuadas, gerando o dever de reparação de danos à parte prejudicada. Baseada nos artigos 389 e 395 do Código Civil, essa modalidade exige a comprovação de um vínculo contratual válido e de um ato que viole seus termos, seja por ação ou omissão.

Assim, a modalidade contratual desempenha um papel essencial na preservação da segurança jurídica e no equilíbrio das relações contratuais, garantindo que os direitos das partes sejam respeitados e que eventuais prejuízos sejam adequadamente reparados.

2.4.1.2 Não Contratual Ou Extracontratual

Maria Helena Diniz (2019) afirma que a responsabilidade não contratual, ou extracontratual, ocorre quando a obrigação de reparar o dano não depende de um vínculo contratual entre as partes, sendo baseada no dever geral de não lesar terceiros.

Essa modalidade de responsabilidade determina que qualquer indivíduo pode ser responsabilizado pelos danos que causar a outrem, mesmo sem uma relação obrigacional estabelecida previamente.

Já Carlos Roberto Gonçalves (2020, p. 215) diz que:

“a responsabilidade extracontratual está fundamentada no princípio da não lesão a terceiros, onde cada um responde pelos danos que causar, independentemente de qualquer relação obrigacional previamente estabelecida”.

Dessa forma, Sílvio de Salvo Venosa (2021) diz que qualquer pessoa pode ser obrigada a reparar o prejuízo causado, ainda que não haja um vínculo contratual entre as partes envolvidas.

Essa espécie de responsabilidade está prevista nos artigos 186 a 188 e 927 a 954 do Código Civil de 2002.

2.4.1.3 Objetiva

A responsabilidade objetiva é definida pela eliminação da necessidade de comprovar a culpa do agente, bastando demonstrar a ocorrência do dano e a relação de causalidade entre a conduta do agente e o prejuízo sofrido pela vítima, conforme afirma Maria Helena Diniz (2019). Essa modalidade de responsabilidade está prevista no art. 927, parágrafo único, do Código Civil:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. (Vide ADI nº 7055) (Vide ADI nº 6792)

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem. (Brasil, 2002, art. 927).

Portanto, mesmo que o agente tenha agido de forma diligente e tomado todas as precauções possíveis, ainda assim ele poderá ser responsabilizado pelos danos causados.

Entretanto, a responsabilidade objetiva não se limita apenas à questão da indenização; Maria Helena Diniz (2019) afirma que essa modalidade de responsabilidade também desempenha um papel crucial na prevenção de danos, uma vez que impõe aos agentes um incentivo para que adotem práticas mais seguras em suas atividades. Segundo Carlos Roberto Gonçalves (2020), essa abordagem é fundamental para garantir que os responsáveis se conscientizem dos riscos envolvidos em suas ações.

Dessa forma, Sílvio de Salvo Venosa (2021) afirma que ao transferir o risco da atividade para quem a exerce, a responsabilidade objetiva busca equilibrar os interesses das partes envolvidas e promover uma maior segurança nas relações sociais.

Por fim, pode-se concluir que a responsabilidade objetiva busca garantir a reparação de danos de maneira mais ampla e acessível.

2.4.1.4 Subjetiva

A responsabilidade subjetiva é o padrão predominante, salvo nas exceções legais que preveem a responsabilidade objetiva.

Maria Helena Diniz (2019) diz que esse tipo de responsabilidade exige a comprovação de culpa ou dolo do agente que causou o dano, sendo necessária uma análise do elemento volitivo na conduta do responsável.

O Código Civil Brasileiro, em seu artigo 186, determina a culpa como critério fundamental para essa forma de responsabilização: “aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito” (Brasil, 2002, art. 186).

Nesse sentido, Antônio Carlos Silva (2018, p. 267) ressalta que “a responsabilidade subjetiva exige prova da culpa, o que implica avaliar se o agente agiu com negligência, imprudência ou imperícia”.

Portanto, pode-se observar que a análise da conduta do agente se torna um elemento imprescindível para configurar, ou não, esse tipo de responsabilidade.

2.4.2 Responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor adota, em sua maioria, a teoria da responsabilidade objetiva, onde o fornecedor é responsabilizado independentemente de comprovação de culpa. Isso significa que, para que o consumidor obtenha indenização por um dano, é suficiente demonstrar a existência de um defeito no produto ou serviço e o nexo causal entre esse defeito e o dano ocorrido. Essa proteção visa equilibrar a relação de consumo, considerando a vulnerabilidade do consumidor diante dos fornecedores, que dispõem de maior poder e informações sobre o produto ou serviço oferecido.

A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, que tem por base o nexo causal entre o defeito e o dano, está claramente estabelecida no CDC, e a doutrina reforça a importância desse aspecto para a proteção dos consumidores. Cláudia Lima Marques (2015, p. 113) ressalta que “a responsabilização pelo fato do produto tem uma função preventiva e reparatória, prevenindo danos à vida, saúde e segurança do consumidor e reparando quando esses danos ocorrem”.

Além disso, a responsabilidade por vícios de qualidade e quantidade do produto ou serviço, prevista no artigo 18 do CDC, é um aspecto essencial para garantir a conformidade dos bens de consumo.

Nesse sentido, Nelson Nery Júnior (2019, p. 72) afirma que a obrigação dos fornecedores de “sanar os vícios existentes nos produtos ou serviços está

diretamente ligada à ideia de proteção da confiança do consumidor, que deve ser respeitada em toda relação de consumo".

3 O CAMBISMO E SUA APLICABILIDADE NO ATUAL CENÁRIO DE ENTRETENIMENTO

O cambismo, amplamente entendido como a revenda de ingressos a preços superiores aos originalmente estipulados, é uma prática antiga que acontecia com mais frequência em eventos esportivos, porém, com as novas tecnologias, essa prática aumentou exponencialmente em eventos de grande porte, como shows e competições esportivas. Além de causar prejuízos financeiros ao consumidor, essa prática desestabiliza o mercado formal de ingressos e compromete a experiência dos consumidores, que enfrentam dificuldade para adquirir ingressos a preços justos e em condições acessíveis. O avanço tecnológico, como o uso de bots para a compra em larga escala, intensificou os desafios no combate a essa prática, especialmente no contexto do entretenimento cultural.

No Brasil, o cambismo é considerado ilegal, sendo abordado por legislações como a Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951) e a Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023). Contudo, a aplicação dessas normas ainda enfrenta entraves, especialmente no setor de entretenimento, onde a fiscalização e a regulamentação carecem de maior efetividade.

3.1 CAMBISMO NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A prática de cambismo consiste na revenda de ingressos adquiridos por meio oficial, a preços superiores ao valor originalmente estipulado pelos organizadores do evento. O objetivo dessa prática é a obtenção de lucro, o que frequentemente causa prejuízos aos consumidores, que enfrentam dificuldades para adquirir ingressos a preços justos.

O cambismo não só distorce o mercado de ingressos, mas também representa uma violação clara dos direitos do consumidor, inflacionando os preços e promovendo desigualdades no acesso a eventos de grande apelo popular.

Entretanto, não existe uma legislação específica que adote o termo “cambismo” como uma prática de crime regulamentada, porém dispositivos da Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951) e da Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023) abordam o tema da punibilidade de atos como compra e venda ilegal de ingressos por preços exorbitantes.

Apesar dessa omissão, é possível fazer uma análise extensiva de dispositivos das referidas leis para que haja um controle e fiscalização dessa prática, a fim de mitigar os problemas econômicos e sociais.

3.1.1 Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951)

A Lei nº 1.521, de 26 de dezembro de 1951, trata de crimes contra a economia popular, estabelecendo penalidades para uma série de práticas que prejudicam a economia e a justiça no comércio e consumo. Ela visa combater abusos, como a especulação e outras fraudes no mercado.

Embora a lei não mencione especificamente o "cambismo" ou a revenda ilegal de ingressos, ela aborda práticas econômicas fraudulentas que podem ser aplicadas a essa atividade, como a especulação de preços e a manipulação do mercado. Ao compararmos a legislação com a aplicação prática no campo do entretenimento, especialmente no que tange ao cambismo, podemos observar uma série de aspectos em comum, bem como algumas lacunas e evoluções nas regulamentações contemporâneas.

Essa norma foi formulada para proteger a economia popular, proibindo práticas como a manipulação de preços e a retenção de mercadorias. O cambismo pode ser visto como uma forma de especulação, em que ingressos são comprados a preços baixos e revendidos a valores exorbitantes, geralmente devido à alta demanda e escassez.

Art. 1º. Serão punidos, na forma desta Lei, os crimes e as contravenções contra a economia popular, Esta Lei regulará o seu julgamento.

Art. 2º. São crimes desta natureza:

VI - transgredir tabelas oficiais de gêneros e mercadorias, ou de serviços essenciais, bem como expor à venda ou oferecer ao público

ou vender tais gêneros, mercadorias ou serviços, por preço superior ao tabelado, assim como não manter afixadas, em lugar visível e de fácil leitura, as tabelas de preços aprovadas pelos órgãos competentes;

VIII - celebrar ajuste para impor determinado preço de revenda ou exigir do comprador que não compre de outro vendedor (Brasil, 1951, art. 1º-2º).

O artigo 2º da lei descreve crimes como a prática de "fraudar preços de mercadorias" ou manipular o mercado de forma a obter ganhos ilícitos, o que poderia ser aplicado a casos de revenda ilegal de ingressos, onde um indivíduo adquire ingressos por preços baixos e depois os revende por valores bem mais altos, afetando o mercado e prejudicando o consumidor. Esse tipo de atividade está diretamente relacionado à prática de cambismo, manipulando a oferta e a procura em benefício próprio.

Já em seu artigo 3º, menciona crimes como "provocar a alta de preços de mercadorias" e "reter produtos necessários ao consumo do povo", conceitos que também podem ser adaptados para descrever a ação de quem adquire ingressos para eventos com o intuito de revender a preços elevados. Isso configura uma especulação econômica que pode ser vista como uma transgressão dos princípios estabelecidos pela lei, no sentido de prejudicar o consumidor e a ordem econômica.

A pena prevista para esses crimes é de detenção de seis meses a dois anos, além de multa, o que reflete a gravidade atribuída a práticas ilícitas que impactam a economia popular. Dessa forma, a revenda ilegal de ingressos pode ser considerada uma violação dos princípios da economia popular, sujeitando os infratores às punições descritas pela Lei nº 1.521/1951. Contudo, a aplicação dessas penalidades para casos de cambismo é genérica, o que torna necessária a criação de leis mais específicas para o mercado de entretenimento.

A Lei nº 1.521/1951 se refere à "economia popular" de forma ampla, englobando práticas comerciais que afetam o acesso a bens e serviços essenciais à população. O cambismo, por outro lado, está relacionado a um setor específico do mercado — o entretenimento — que não é considerado essencial para a sobrevivência, mas sim um serviço de lazer e cultura. A transgressão no campo do entretenimento se distingue de crimes contra a economia popular no sentido de que

não afeta diretamente bens de primeira necessidade, como alimentos ou combustíveis, mas impacta a experiência cultural e o acesso a eventos de grande demanda.

Assim, a lei pode ser vista como um reflexo das preocupações econômicas de sua época, que ainda se aplicam à proteção do consumidor contra práticas fraudulentas que podem prejudicar a população em geral. O cambismo, embora não seja um "bem essencial", continua a ser uma questão que afeta a população, principalmente pela distorção do acesso à cultura e lazer.

Embora a Lei da Economia Popular represente um importante marco normativo no combate a práticas abusivas que afetam a economia popular, como o cambismo, sua aplicação ao mercado de entretenimento ainda é limitada e genérica. Por essa razão, outras legislações mais recentes e específicas, como a Lei Geral do Esporte, passaram a prever dispositivos mais claros e atualizados para coibir a revenda ilegal de ingressos — ainda que voltadas prioritariamente ao setor esportivo.

3.1.2 Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023)

A Lei nº 14.597/2023, de 14 de junho de 2023, trouxe avanços importantes na regulamentação das práticas esportivas no Brasil, incluindo dispositivos específicos para combater o cambismo — a revenda ilegal de ingressos a preços superiores aos estabelecidos pelos organizadores de eventos — em seus artigos 166 e 167:

Art. 166. Vender ou portar para venda ingressos de evento esportivo, por preço superior ao estampado no bilhete:

Pena - reclusão, de 1 (um) a 2 (dois) anos, e multa.

Art. 167. Fornecer, desviar ou facilitar a distribuição de ingressos para venda por preço superior ao estampado no bilhete:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

Parágrafo único. A pena será aumentada de 1/3 (um terço) até a metade se o agente for servidor público, dirigente ou funcionário de organização esportiva que se relacione com a promoção do evento ou competição, de empresa contratada para o processo de emissão, distribuição e venda de ingressos ou de torcida organizada e se

utilizar dessa condição para os fins previstos neste artigo (Brasil, 2023a, art. 166-167).

Os dispositivos tratam o cambismo como uma infração penal, com sanções que vão de reclusão a multas. Essa abordagem busca proteger a ordem econômica e os direitos dos consumidores, frequentemente prejudicados por práticas abusivas que encarecem de maneira desproporcional os ingressos para eventos esportivos.

Além disso, a lei também estabelece princípios importantes para a gestão esportiva, que podem ser aplicados ao controle da distribuição de ingressos:

Art. 59. São princípios da gestão na área esportiva, sem prejuízo de outros preceitos correlatos:

I - responsabilidade corporativa: caracterizada pelo dever de zelar pela viabilidade econômico-financeira da organização, especialmente por meio da adoção de procedimentos de planejamento de riscos e de padrões de conformidade;

II - transparência: consistente na disponibilização pública das informações referentes ao desempenho econômico-financeiro, gerenciais e pertinentes à preservação e ao desenvolvimento do patrimônio da organização;

III - prestação de contas: referente ao dever de o gestor prestar contas de sua atuação de modo claro, conciso, compreensível e tempestivo, assumindo integralmente as consequências de seus atos e omissões e atuando com diligência e responsabilidade no âmbito de sua competência;

IV - equidade: caracterizada pelo tratamento justo e isonômico de todos os gestores e membros da organização, considerados seus direitos, seus deveres, suas necessidades, seus interesses e suas expectativas;

V - participação: consubstanciada na adoção de práticas democráticas de gestão direcionadas à adoção de meios que possibilitem a participação de todos os membros da organização;

VI - integridade esportiva: referente, no âmbito da gestão do esporte, à adoção de medidas que evitem qualquer interferência indevida que possa afetar a incerteza do resultado esportivo, a igualdade e a integridade dos competidores (Brasil, 2023a, art. 59).

O artigo 59 destaca a responsabilidade corporativa, a transparência e a prestação de contas como princípios fundamentais. Estes princípios visam garantir que a gestão dos recursos financeiros seja feita de maneira clara, eficiente e justa, o

que pode ser diretamente relacionado ao controle da venda de ingressos. A transparência na gestão dos recursos financeiros, que inclui a distribuição de ingressos, permite maior fiscalização sobre os canais oficiais de venda e ajuda a dificultar a revenda ilegal de ingressos.

Outro ponto relevante está no artigo 62, que veda a participação simultânea de uma pessoa ou organização na administração de mais de uma entidade esportiva que dispute a mesma competição. Embora esse artigo trate de evitar conflitos de interesse entre clubes ou organizações, ele também poderia ser interpretado como uma medida preventiva de práticas financeiras desleais.

Existe, também, a exigência de que organizações esportivas que gerenciem competições profissionais apresentem demonstrações financeiras auditadas, o que inclui a gestão dos recursos provenientes de ingressos e outros aspectos financeiros. Esse nível de transparência pode ser um mecanismo indireto para fiscalizar a venda de ingressos e coibir práticas como o cambismo. É enfatizada a importância da integridade esportiva, o que inclui não apenas a honestidade nas competições, mas também na gestão dos recursos financeiros envolvidos no esporte.

Mesmo que o cambismo não seja mencionado explicitamente, a Lei nº 14.597/2023 reflete um esforço maior para garantir a justiça financeira no esporte, o que pode ser interpretado como uma maneira de combater práticas irregulares, como a revenda ilegal de ingressos.

Portanto, embora a lei seja especificamente voltada para eventos esportivos, deixando lacunas na regulamentação de outros setores, como o entretenimento cultural, onde o cambismo também é recorrente, ela estabelece um marco importante para a transparência e a integridade na gestão dos recursos esportivos. Isso pode ter implicações positivas na regulamentação e fiscalização da venda de ingressos e na prevenção do cambismo, fortalecendo o controle sobre as práticas abusivas nesse campo.

3.2 ANÁLISE DO PROJETO “LEI TAYLOR SWIFT” (PROJETO DE LEI Nº 3.115/2023 E Nº 3.120/2023)

Os Projetos de Lei nº 3.115 e nº 3.120, ambos de 2023, surgiram para preencher as lacunas deixadas pelas legislações apresentadas anteriormente. Eles se diferenciam das Leis nº 14.597/2023 e nº 1.521/1951 principalmente no foco e nas abordagens específicas em relação ao cambismo e à proteção do consumidor.

Foram batizados popularmente como “Lei Taylor Swift” devido ao impacto que a passagem da cantora norte-americana causou no Brasil em 2023. Isso porque expôs, em grande escala, as dificuldades enfrentadas na aquisição de ingressos e a revenda abusiva. De acordo com o site G1, revendedores ilegais chegaram a pedir até R\$ 12 mil por ingressos, enquanto os preços originais não ultrapassavam R\$ 1 mil nas opções mais caras (Barbiéri; Rodrigues, 2024).

O PL nº 3.115/2023 foca no cambismo digital e nas práticas ilícitas relacionadas à revenda de ingressos em plataformas online, abordando questões que a Lei nº 14.597/2023 não trata de forma detalhada. Esta última, por sua vez, concentra-se na regulamentação e fiscalização dos preços para eventos, sem entrar nas especificidades do cambismo digital.

Já o PL nº 3.120/2023 trata das novas condições do cambismo digital e da atuação dos intermediários, algo que não é abordado de maneira detalhada na Lei nº 1.521/1951, que tipifica crimes contra a economia popular. Esta lei é mais ampla, tratando de práticas fraudulentas de preços, incluindo a revenda abusiva de ingressos.

Portanto, os projetos buscam modernizar a legislação, abordando as novas formas de revenda ilegal, especialmente no ambiente online, algo que as leis anteriores não contemplam de maneira explícita, refletindo uma adaptação necessária frente às mudanças tecnológicas e aos desafios contemporâneos no mercado de ingressos.

3.2.1 Projeto de Lei nº 3.115/2023

O Projeto de Lei nº 3.115, de 2023, apresentado pelo deputado Pedro Aihara, se destina a combater o cambismo, mas com uma abordagem que incorpora

a evolução tecnológica, abordando especificamente o cambismo digital, que se refere à revenda ilegal de ingressos por meio de plataformas online, aplicativos ou redes sociais. Além de combater a prática de revenda de ingressos por preços elevados, o projeto reconhece a transformação do mercado de revenda com o uso da tecnologia.

No artigo 1º, o projeto define como crime a revenda de ingressos por preços superiores aos estipulados pelas entidades responsáveis pela organização do evento, abrangendo também o cambismo digital. O parágrafo único esclarece que as entidades promotoras do evento incluem as organizações oficiais responsáveis pela realização e comercialização dos ingressos, como clubes esportivos e produtoras de shows.

Já o artigo 2º tipifica o cambismo digital, uma inovação importante no combate a essa prática.

Art. 2º. Fica tipificado como crime o cambismo digital, entendido como a prática de revenda ilegal de ingressos de eventos esportivos, de diversão, lazer e negócios por meio de plataformas online, aplicativos, redes sociais ou qualquer outra forma digital.

Parágrafo único: Configura-se o crime de cambismo digital quando o agente adquire ou revende os ingressos com o intuito de obter preços superiores aos fixados pelas entidades promotoras do evento (Brasil, 2023b, art.2º).

A revenda de ingressos por meio de plataformas digitais, como sites de revenda não autorizados, é considerada crime, sendo punida de forma semelhante à revenda tradicional. A pena para o cambismo tradicional é de detenção de 6 meses a 2 anos, além de uma multa proporcional à quantidade de ingressos envolvidos. Já para o cambismo digital, a pena vai de 1 a 3 anos de detenção, com multa.

Além disso, o projeto estabelece que os ingressos apreendidos devem ser reintegrados à bilheteira oficial do evento, com o valor correspondente sendo destinado ao Fundo de Defesa dos Direitos do Consumidor. O projeto também propõe que as multas aplicadas sejam divididas igualmente entre o Fundo de Defesa dos Direitos do Consumidor e o Fundo Nacional de Segurança Pública.

A justificativa para o PL nº 3.115/2023 leva em conta o avanço das tecnologias e o impacto que o cambismo digital tem causado, tornando mais difícil o

controle sobre a revenda de ingressos. Com o crescimento das plataformas digitais, os cambistas passaram a utilizar essas ferramentas para revender ingressos ilegalmente, prejudicando os consumidores e tornando o acesso a eventos mais caro e menos acessível. O projeto de lei busca coibir essa prática, garantindo que os ingressos sejam vendidos por preços justos e que o acesso aos eventos seja igualitário.

Além disso, a proposta visa garantir que os consumidores não sejam explorados financeiramente, evitando que as pessoas sejam obrigadas a pagar valores excessivos para participar de eventos de seu interesse. Ao tipificar o cambismo digital como crime, o PL nº 3.115/2023 reflete uma adaptação da legislação às novas formas de comércio e busca proteger o consumidor no ambiente digital, onde as práticas de revenda ilegal têm se intensificado.

3.2.2 Projeto de Lei nº 3.120/2023

O Projeto de Lei nº 3.120/2023, proposto pela deputada Simone Marquetto, tem como objetivo combater a prática de cambismo, ou seja, a revenda ilegal de ingressos para eventos com grande procura, como competições esportivas, shows, peças teatrais e outros eventos culturais. A proposta visa tipificar como crime a venda de ingressos por valores superiores aos estipulados pelas entidades responsáveis pela organização do evento, estabelecendo penas rigorosas para aqueles que se envolverem nesta prática ilegal.

Em seu artigo 1º define como crime contra a economia popular a revenda de ingressos realizada por cambistas, com penas de reclusão variando de 1 a 4 anos, além de uma multa calculada com base no valor dos ingressos comercializados ilegalmente. A proposta se estende além dos cambistas, incluindo também aqueles que colaboram ou facilitam essa prática, como funcionários ou organizadores de eventos, responsabilizando diretamente as entidades envolvidas na organização.

O Art. 2º especifica três tipos de crimes distintos:

Art. 2º Constituem crimes contra a economia popular [...]

I — Vender ou expor à venda, por preços superiores aos fixados oficialmente pelas entidades promotoras do evento ou fora dos padrões oficialmente estabelecidos, ingressos de competições

esportivas, audições musicais, apresentações teatrais, eventos de carnaval ou quaisquer outros eventos de diversão e lazer;

Pena – Reclusão de 1 (um) a 4 (quatro) anos e multa correspondente a cem vezes o valor dos ingressos anunciados pelo cambista ou apreendidos em seu poder.

II — Facilitar ou favorecer o trabalho dos cambistas, por meio do repasse ou venda de ingressos, mediante promessa de vantagem ou remuneração indevidas.

Pena — Detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos e multa correspondente a cem vezes o valor dos ingressos repassados indevidamente ao cambista, no caso de funcionário, ou o dobro no caso de promotor, organizador ou patrocinador do evento.

III — Facilitar, prometer o acesso ou introduzir pessoas em shows, apresentações artísticas, estádios, teatros ou estádios mediante o recebimento de vantagem pecuniária indevida.

Pena — Detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos e multa correspondente a cem vezes o valor dos ingressos repassados indevidamente ao cambista, no caso de funcionário, ou o dobro no caso de promotor, organizador ou patrocinador do evento (Brasil, 2023c, art.2º).

O primeiro trata da venda de ingressos por preços mais elevados do que os fixados pelas entidades responsáveis, resultando em pena de reclusão e multa. O segundo envolve a facilitação da revenda, que pode ser cometida por qualquer pessoa ligada à organização do evento, impondo uma pena de detenção e uma multa proporcional ao número de ingressos envolvidos. O terceiro tipo de crime refere-se ao favorecimento de acesso aos eventos por meio de pagamento de vantagens indevidas, o que também implica pena de detenção e multa.

A justificativa para a criação deste projeto está baseada na crescente exploração dos consumidores por cambistas, especialmente em eventos de alta demanda. A revenda ilegal de ingressos cria uma situação de desigualdade, privando muitas pessoas de acessar eventos de seu interesse por preços justos. A proposta visa também responsabilizar os organizadores dos eventos, que muitas vezes permitem ou até incentivam a prática do cambismo, garantindo que haja um controle mais rigoroso sobre a comercialização dos ingressos.

A deputada Simone Marquette argumenta que é urgente que medidas legais sejam adotadas para coibir a revenda ilegal de ingressos, apontando exemplos recentes, como a revenda de ingressos para shows internacionais, em que cambistas compram grandes quantidades de ingressos para revender a preços

muito mais altos. O projeto visa proteger o consumidor, garantir a justiça na distribuição de ingressos e combater a prática abusiva que fere os direitos dos cidadãos.

4 REFLEXOS DA FALTA DE REGULAMENTAÇÃO PARA A COMPRA DE INGRESSOS PARA SHOWS DE GRANDE PORTE

A ausência de regulamentação específica sobre a compra de ingressos para shows de grande porte no Brasil é um reflexo das lacunas legislativas que permeiam o mercado de entretenimento. O crescimento exponencial da demanda por ingressos, aliado à digitalização dos processos de venda, trouxe desafios que as normas jurídicas tradicionais não conseguem enfrentar de maneira eficiente. Nesse contexto, práticas como o cambismo, a revenda ilegal de ingressos, e a exploração desproporcional dos consumidores por preços inflacionados se consolidaram como problemas recorrentes.

Os consumidores, muitas vezes o elo mais frágil nessa relação, sofrem não apenas prejuízos econômicos, mas também emocionais, em decorrência da exclusão e da frustração. Além disso, organizadores de eventos e plataformas de venda são frequentemente vistos como cúmplices, seja por omissão ou por práticas inadequadas de controle, o que afeta a credibilidade de todo o mercado. Este capítulo analisará os impactos da falta de regulamentação sob diferentes aspectos, propondo soluções viáveis e discutindo precedentes relevantes no campo jurídico.

4.1 CONSEQUÊNCIAS DA VENDA ILÍCITA

A venda ilícita de ingressos é um dos principais reflexos da ausência de regulamentação efetiva. O cambismo, em particular, distorce o mercado de ingressos ao permitir que cambistas adquiram grandes volumes de bilhetes, muitas vezes utilizando bots e outras tecnologias, para revendê-los a preços exorbitantes. Essa prática prejudica consumidores que enfrentam dificuldades para adquirir ingressos nos canais oficiais.

No plano patrimonial, os consumidores são diretamente impactados pelo aumento expressivo dos preços. Eventos de grande porte, como shows internacionais e festivais populares, tornam-se inacessíveis para uma parcela significativa da população, transformando o lazer cultural em um privilégio financeiro. Além disso, os cambistas frequentemente operam fora do alcance dos órgãos reguladores, dificultando a punição e perpetuando o ciclo de abusos econômicos.

Os danos emocionais, por sua vez, estão associados à exclusão e à frustração. Consumidores, especialmente fãs, investem tempo e expectativa na tentativa de adquirir ingressos, apenas para enfrentar barreiras como esgotamento rápido ou falhas nos sistemas de venda. A decepção, em muitos casos, é agravada pela sensação de injustiça, uma vez que os ingressos, supostamente esgotados, reaparecem em plataformas de revenda a preços abusivos. Essa experiência cria uma percepção de desamparo, abalando a confiança dos consumidores nas plataformas de venda e nos organizadores dos eventos.

4.2 MECANISMOS DE DEVOLUÇÃO DE INGRESSOS

A ausência de um sistema padronizado para a devolução de ingressos é outra lacuna significativa. Atualmente, os consumidores enfrentam dificuldades para devolver ingressos adquiridos em circunstâncias legítimas, como imprevistos pessoais ou mudanças na data do evento. Essa falta de alternativas fomenta o mercado secundário de revenda, muitas vezes explorado por cambistas.

Uma solução viável seria a implementação de mecanismos que permitissem aos consumidores devolverem seus ingressos diretamente aos organizadores ou às plataformas de venda oficiais, conforme preceitua o Projeto de Lei nº 3.115/2023. Esses ingressos poderiam ser reintegrados ao sistema, disponibilizados para venda novamente de forma legítima e transparente. Tal medida garantiria não apenas um acesso mais equitativo, mas também reduziria a quantidade de ingressos disponíveis para revenda ilegal.

Ademais, a transparência no processo de devolução de ingressos também é crucial. A criação de políticas claras e acessíveis sobre prazos e condições para devoluções evitaria conflitos e fortaleceria a confiança dos consumidores. Esse

modelo, já adotado em mercados internacionais, como o norte-americano, tem demonstrado resultados positivos na mitigação de práticas abusivas e na promoção de um mercado mais justo.

4.3 HIPÓTESES DE CONTROLE DAS VENDAS DE INGRESSOS

O controle efetivo das vendas de ingressos requer uma abordagem multifacetada, que combine regulamentação jurídica com tecnologias modernas de gestão. Algumas hipóteses se destacam como soluções eficazes: a limitação de compra por CPF, prioridade em filas virtuais e identificação biométrica.

A implementação de um sistema que limite a quantidade de ingressos adquiridos por CPF é uma estratégia já utilizada em alguns países para combater a ação de cambistas. Essa medida dificultaria a compra em massa por bots e facilitaria o acesso a consumidores legítimos. Além disso, a exigência de CPF no momento da compra criaria um registro rastreável, permitindo maior controle por parte dos organizadores.

Ademais, a utilização de filas virtuais com critérios de prioridade é outra alternativa promissora. Essas filas poderiam priorizar consumidores registrados previamente ou participantes de programas de fidelidade, reduzindo a possibilidade de bots monopolizarem o sistema de vendas. Além disso, mecanismos como *captchas* avançados e verificações de identidade em tempo real poderiam ser adotados para garantir que os compradores sejam humanos, não máquinas.

Uma forma de controle recém instaurada e que está sendo analisada atualmente em 2025 é a identificação biométrica dos espectadores que vão assistir jogos de futebol nos estádios. Essa fiscalização foi implementada em atendimento à Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023).

Art. 148. O controle e a fiscalização do acesso do público a arena esportiva com capacidade para mais de 20.000 (vinte mil) pessoas deverão contar com meio de monitoramento por imagem das catracas e com identificação biométrica dos espectadores, assim como deverá haver central técnica de informações, com infraestrutura suficiente para viabilizar o monitoramento por imagem do público presente e o cadastramento biométrico dos espectadores.

Parágrafo único. O disposto no caput deste artigo deverá ser implementado no prazo máximo de até 2 (dois) anos a contar da entrada em vigor desta Lei (Brasil, 2023a, art. 148).

Apesar dessa forma de controle ter como objetivo tentar impedir o acesso de torcedores que tenham restrições judiciais relacionadas com a violência no esporte, pode-se ampliar a sua aplicabilidade para o meio do entretenimento. Por exemplo, identificando se a biometria está de acordo com o CPF cadastrado no site oficial de venda dos ingressos, podendo, assim, autenticar a veracidade dos dados e evitar o uso de ingressos falsos.

Portanto, a combinação dessas estratégias, aliada a uma fiscalização rigorosa, tem o potencial de equilibrar o mercado, promovendo acessibilidade e justiça no processo de compra.

4.4 PRECEDENTES JUDICIAIS CONTRA O CAMBISMO EM EVENTOS NÃO ESPORTIVOS

Embora a legislação brasileira ainda careça de normas específicas voltadas ao combate do cambismo em eventos não esportivos, o Poder Judiciário tem reconhecido, com frequência cada vez maior, a responsabilização civil de plataformas digitais, organizadores e intermediários por falhas na comercialização de ingressos. Esses precedentes demonstram que a jurisprudência nacional tem aplicado, com sucesso, os princípios do Código de Defesa do Consumidor, em especial a boa-fé objetiva, a informação adequada e a responsabilidade objetiva do fornecedor.

Em decisão paradigmática do Tribunal de Justiça do Paraná, no processo nº 0069165-08.2022.8.16.0014, a plataforma Viagogo foi condenada a indenizar consumidora que teve sua entrada negada em evento musical por conta de ingresso supostamente fraudado. A sentença reconheceu que a ausência de assistência eficiente e a conduta omissiva da ré violaram o dever de transparência, caracterizando falha na prestação do serviço e ensejando dano moral.

No mesmo sentido, o Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP), no processo nº 0004990-83.2023.8.26.0016, reconheceu a veracidade dos fatos narrados por uma consumidora que adquiriu ingresso pela Viagogo sem saber que se tratava de meia-entrada destinada a idosos. A consumidora foi impedida de entrar no evento e teve que pagar a diferença para acessar o show parcialmente. A plataforma foi condenada ao pagamento de danos materiais (R\$ 295,62) e morais (R\$ 591,24), ficando evidente a violação do dever de informação e a omissão no atendimento ao consumidor.

Já no caso do acórdão do processo nº 1013260-21.2023.8.26.0100, julgado também pelo TJ-SP, observou-se responsabilização por negligência da empresa intermediadora na venda de ingressos, que não conferiu a autenticidade do bilhete e deixou o consumidor desamparado. A decisão reafirmou a aplicação da responsabilidade objetiva do fornecedor, diante da clara falha na prestação do serviço.

Outro julgado relevante é o do processo nº 1017337-36.2020.8.26.0405, também do TJ-SP, em que a ré foi condenada por comercializar ingresso inválido. A decisão abordou expressamente o risco da atividade econômica exercida pela empresa, que se omitiu em verificar a origem e validade do ingresso comercializado, violando os artigos 14 e 20 do CDC, os quais impõem ao fornecedor o dever de reparar danos causados por defeitos na prestação do serviço, independentemente de culpa, bem como responder por vícios que tornem o serviço inadequado ou diferente da oferta, assegurando ao consumidor a escolha da solução mais conveniente diante da falha.

No caso julgado no processo de nº 0310473-21.2017.8.24.0005 do Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina, o autor obteve ressarcimento por não conseguir usufruir do ingresso adquirido. O julgado reafirma o princípio da reparação integral, ao destacar que a frustração da legítima expectativa do consumidor diante da impossibilidade de acesso ao evento configura violação de direito subjetivo reparável.

Por fim, o julgado vinculado ao processo nº 1006957-69.2022.8.26.0344 do TJ-SP também destaca a responsabilização da empresa pela ausência de entrega dos ingressos dentro do prazo estipulado. A decisão reconheceu o descumprimento

contratual e a falha na prestação de serviço, fundamentos clássicos da responsabilidade objetiva, sobretudo em relações de consumo mediadas por plataformas digitais.

Esses julgados evidenciam que, mesmo na ausência de legislação específica, há respaldo normativo suficiente para responsabilizar civilmente fornecedores e intermediários envolvidos na revenda ou comercialização irregular de ingressos. A jurisprudência tem aplicado com rigor o princípio da vulnerabilidade do consumidor, reconhecendo o dever de reparar tanto os danos materiais quanto os morais decorrentes de práticas cambistas ou fraudulentas.

Tais decisões reforçam a necessidade de regulamentação setorial mais eficaz, conforme já proposto pelos Projetos de Lei nº 3.115/2023 e nº 3.120/2023, e demonstram que o Judiciário tem atuado como importante balizador da justiça nas relações de consumo em eventos culturais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise desenvolvida ao longo do presente trabalho, restou evidente que a prática do cambismo em eventos não esportivos, embora recorrente e causadora de inúmeros prejuízos aos consumidores, ainda encontra-se insuficientemente regulamentada pelo ordenamento jurídico brasileiro. A lacuna normativa, somada à ineficiência dos mecanismos de fiscalização, resulta na perpetuação de uma prática que lesa consumidores no plano patrimonial e emocional, além de comprometer a confiança no mercado de entretenimento.

Constatou-se que o Código de Defesa do Consumidor, embora estruturado com princípios eficazes como a vulnerabilidade, a boa-fé objetiva e a responsabilidade objetiva, não é, por si, capaz de solucionar as distorções provocadas pela revenda ilegal de ingressos. Os consumidores seguem como parte hipossuficiente nesta relação, muitas vezes sem mecanismos eficazes para reverter os prejuízos decorrentes da atuação de cambistas e da conivência ou omissão de fornecedores e plataformas de venda. A jurisprudência dos tribunais, ainda que progressivamente sensível à temática, permanece limitada pela ausência de

tipificação clara do cambismo digital e da responsabilidade solidária de intermediários.

A análise da legislação atualmente vigente, especialmente a Lei da Economia Popular (Lei nº 1.521/1951) e a Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023), demonstrou que tais normativos são insuficientes para regular a complexidade e a especificidade das revendas de ingressos em eventos culturais e de lazer. A primeira, datada de 1951, trata de forma genérica a especulação econômica, e a segunda restringe seu alcance ao ambiente esportivo. Tal restrição reforça a necessidade urgente de um marco normativo voltado aos eventos não esportivos, adaptado à realidade digital e à multiplicidade de agentes envolvidos na cadeia de comercialização de ingressos.

Diante desse cenário, os Projetos de Lei nº 3.115/2023 e nº 3.120/2023 despontam como propostas legislativas promissoras. Ao tipificar expressamente o cambismo digital e atribuírem responsabilidade penal e administrativa não apenas aos revendedores ilegais, mas também àqueles que facilitam ou se omitem quanto a essa prática, tais projetos respondem de forma mais precisa às demandas contemporâneas de proteção do consumidor. Além disso, propõem sanções proporcionais e destinação de valores arrecadados a fundos públicos, o que pode contribuir para a repressão e prevenção do ilícito.

Recomenda-se, por conseguinte, a aprovação e regulamentação célere desses projetos, com a previsão de mecanismos tecnológicos de controle como limitação por CPF, sistemas antifraude e identificação biométrica, aliados a procedimentos padronizados de devolução de ingressos, transparência nas relações de consumo e responsabilização solidária dos fornecedores e plataformas digitais.

Conclui-se, portanto, que o enfrentamento efetivo do cambismo em eventos não esportivos exige uma atuação legislativa específica, aliada à aplicação rigorosa dos princípios consumeristas e ao fortalecimento dos órgãos de fiscalização. Só assim será possível assegurar aos consumidores brasileiros o acesso justo, transparente e seguro ao mercado de entretenimento, conforme garantido pela ordem constitucional e pelas diretrizes do Código de Defesa do Consumidor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2024. *E-book*.

BARBIÉRI, Luiz Felipe; RODRIGUES, Paloma. Lei Taylor Swift: Câmara aprova projeto anti-cambista que coíbe prática em shows e eventos esportivos. **G1**, 24 abr. 2024. Disponível em:
<https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/04/24/lei-taylor-swift-camara-aprova-projeto-anti-cambista-que-coibe-pratica-em-shows-e-eventos-esportivos.ghtml>. Acesso em: 9 dez. 2024.

BENJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 3. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2010.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

BENJAMIN, Antonio Herman. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

BRASIL. **Lei nº 1.521, de 26 de dezembro de 1951**. Altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular.. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l1521.htm. Acesso em: 05 dez. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 17 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 08 abr. 2025.

BRASIL. **Lei nº 14.597, de 14 de junho de 2023**. Institui a Lei Geral do Esporte. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14597.htm. Acesso em: 05 dez. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3.115, de 2023**. Dispõe sobre a venda de ingressos para eventos esportivos, sociais, promocionais ou culturais; [...]. Disponível em:
<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2369906>. Acesso em: 05 dez. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3.120, de 2023**. Define como crime contra a economia popular a cobrança de valores adicionais sobre ingressos vendidos pelas entidades promotoras do evento. Disponível em:
<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2369934>. Acesso em: 05 dez. 2024.

CHAVEIRO, Kenia dos Santos; NOBIS, Marcelo de Andrade. A imprescindibilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo. **Semana Acadêmica**, Fortaleza, ano 2016, v. 01, n. 91, p. 1-18, 14 nov. 2016. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/imprescindibilidade-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-nas-relacoes-de-consumo>. Acesso em: 22 set. 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 32. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade civil**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

LE MOS, Simone. Projeto criminaliza o cambismo digital ou presencial, mas especialista vê problemas. **Jornal da USP**, 14 jun. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/projeto-criminaliza-o-cambismo-digital-ou-presencial-mas-especialista-ve-problemas/>. Acesso em: 9 dez. 2024.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

MARTINS, Flávio Alves. **Boa-fé e sua formalização no direito das obrigações Brasileiro**. 2. ed. Lumen Júris, 2000.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2024. *E-book*.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Código Civil Comentado e Legislação Extravagante**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

NERY JUNIOR, Nelson. **Código de Defesa do Consumidor comentado**. 14. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

PARANÁ. Tribunal de Justiça. Recurso Inominado Civil. **RIC 0069165-08.2022.8.16.0014**. Recurso contra sentença que reconheceu a falha na prestação de serviços, mas negou o pedido de indenização por danos morais. Kauana Adrielle Séleri. VIAGOGO LUXEMBOURG HOLDING COMPANY S.A.R.L. e VGL ENTRETENIMENTO BRASIL LTDA. Relatora: Letícia Zétola Portes. Paraná, 20 de março de 2024. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/3083168441?origin=serp>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SANTA CATARINA. Tribunal de Justiça. Apelação Cível. **AC 0310473-21.2017.8.24.0005**. Rescisão do contrato e devolução do dinheiro. Mário Henrique Rodrigues Bassi. Viagogo AG. Relator: Patrícia Nolli. Santa Catarina, 25 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sc/1149781226/inteiro-teor-1149781227>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça. Ação Cível. **AC 0004990-83.2023.8.26.0016**. Indenização por dano moral. Izabel Cristina Soares. Viagogo AG. Relator: Juiz André Yukio Ogata. São Paulo, 11 de julho de 2024. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2602783513/inteiro-teor-2602783514>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça. Apelação Cível. **Apelação Cível 1013260-21.2023.8.26.0100**. Indenização decorrente da falta de informações prestadas no momento da venda.. Regina Coeli Bezerra de Melo. Nagairô Sushi. Viagogo Ag. Relator: Rômolo Russo. São Paulo, 17 de outubro de 2023. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2047892405>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça. Recurso Inominado Cível. **RIC 1006957-69.2022.8.26.0344**. Indenização por falha na prestação de serviço. Marco Aurelio Ranieri. FC ASSESSORIA ADMINISTRATIVA LTDA - VIAGOGO.COM.BR. Relator: Walmir Idalencio Dos Santos Cruz. São Paulo, 27 de abril de 2023. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2492083524>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça. Recurso Inominado Civil. **RIC 1017337-36.2020.8.26.0405**. Indenização por venda de ingresso falso. Andréa Paula Ribas Araújo. FC Assessoria Administrativa Ltda - Viagogo.com.br. Relator: Fernando Dominguez Guiguet Leal. São Paulo, 24 de março de 2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/1408368882>. Acesso em: 02 abr. 2025.

SILVA, Antônio Carlos. **Teoria geral da responsabilidade civil**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: responsabilidade civil**. 21. ed. São Paulo: Atlas, 2021.