

## Empresa que vende ingresso deve indenizar por evento cancelado

É dever de todos os fornecedores da cadeia de consumo — inclusive da empresa que comercializa ingressos *online* — zelar pelas condições adequadas de acesso aos eventos para os quais os consumidores adquiriram entradas.

pxfuel



Consumidores compraram ingressos *online* e viajaram antes de saber do cancelamento  
pxfuel

Com esse entendimento, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça negou provimento ao recurso de uma empresa que foi condenada a indenizar dois consumidores pelos prejuízos decorrentes do cancelamento de um evento infantil.

No caso, pai e filha compraram ingressos e viajaram de Belo Horizonte ao Rio de Janeiro para o evento "Pretty Little Weekend", em 2015. Pagaram passagens aéreas e estadia, e apenas quando já estavam na capital fluminense descobriram que o evento estava cancelado.

Por causa disso, a empresa que vendeu os ingressos foi condenada a pagar R\$ 3,2 mil por danos materiais e outros R\$ 3 mil por danos morais. O Tribunal de Justiça de Minas Gerais considerou que houve falha na prestação de serviços, já que a empresa tinha responsabilidade pelo integral cumprimento da obrigação constante do ingresso que vendeu.

Ao STJ, a empresa afirmou que não poderia ser condenada, pois não é a responsável pela produção do evento ou por seu cancelamento. Ressaltou que apenas comercializou os ingressos em sua plataforma, motivo pelo qual não poderia ser responsabilizada por culpa exclusiva de terceiros. E que notificou os consumidores com quatro dias de antecedência.

Relatora, a ministra Nancy Andrighi manteve as conclusões das instâncias ordinárias, de acordo com a jurisprudência pacífica do STJ. Ela destacou que a empresa que vendeu os ingressos *online* integra a cadeia de consumo e, portanto, é solidariamente responsável por eventuais danos causados.

"É dever de todos os fornecedores da cadeia de consumo zelar pela disponibilização de condições adequadas de acesso aos eventos, a fim de permitir a participação, sem percalços, do público em geral".

Além disso, a empresa não comprovou que a notificação de cancelamento foi feita em contato direto com os consumidores. "Não se justifica, para um evento desse porte, a comunicação de cancelamento com apenas quatro dias de antecedência, notadamente porque é fato notório que consumidores viajam de todas as partes do Brasil para dele participarem", disse a relatora.

Para a ministra Nancy Andrighi, a falha na prestação de serviços por parte da empresa resultou em sentimento de frustração, decepção e constrangimento aos consumidores, que já no Rio de Janeiro descobriram o cancelamento. E isso gera dever de indenizar. A conclusão na 3ª Turma foi unânime.

### **REsp 1.985.198**

#### **Date Created**

12/04/2022