



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS – CCJ
COORDENAÇÃO DO CURSO DE DIREITO – CAMPUS JOÃO PESSOA
COORDENAÇÃO DE MONOGRAFIA**

JOSÉ MARQUES DA COSTA NETO

**O DESCUMPRIMENTO DA OFERTA DE CONSUMO NA DINÂMICA DOS
EVENTOS MUSICAIS**

**JOÃO PESSOA
2024**

JOSÉ MARQUES DA COSTA NETO

**O DESCUMPRIMENTO DA OFERTA DE CONSUMO NA DINÂMICA DOS
EVENTOS MUSICAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito de João Pessoa do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial da obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Me. Adaumirton Dias Lourenço

**JOÃO PESSOA
2024**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

N469d Costa Neto, Jose Marques da.

O descumprimento da oferta de consumo na dinâmica dos eventos musicais / Jose Marques da Costa Neto. - João Pessoa, 2024.

83 f.

Orientação: Adaumirton Dias Lourenço.

TCC (Graduação) - UFPB/CCJ.

1. Alteração ou cancelamento de evento musical. 2. Não cumprimento da oferta. 3. Direitos do consumidor. I. Lourenço, Adaumirton Dias. II. Título.

UFPB/CCJ

CDU 34

JOSÉ MARQUES DA COSTA NETO

**O DESCUMPRIMENTO DA OFERTA DE CONSUMO NA DINÂMICA DOS
EVENTOS MUSICAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação
em Direito de João Pessoa do Centro
de Ciências Jurídicas da
Universidade Federal da Paraíba
como requisito parcial da obtenção
do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Me. Adaumirton Dias
Lourenço

DATA DA APROVAÇÃO: 04 DE NOVEMBRO DE 2024

BANCA EXAMINADORA:

Documento assinado digitalmente
gov.br ADAUMIRTON DIAS LOURENCO
Data: 04/11/2024 19:21:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Adaumirton Dias Lourenço

(ORIENTADOR)

Documento assinado digitalmente

gov.br MATHEUS VICTOR SOUSA SOARES
Data: 05/11/2024 08:57:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Matheus Victor Sousa Soares

(AVALIADOR)

Documento assinado digitalmente

gov.br KAROLINE DE LUCENA ARAUJO
Data: 04/11/2024 19:42:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Karoline de Lucena Araújo

(AVALIADORA)

Dedico esse trabalho à minha esposa Hellen, à
minha filha Beatriz, aos meus pais e irmãs, os
quais inundam minha vida de amor todos os
dias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por todas as experiências que me proporciona. Agradeço à minha esposa Hellen e à minha querida filha Beatriz pelo apoio, amor e paciência que me foram passados durante a produção deste trabalho.

Agradeço aos meus professores do curso de Direito CCJ UFPB pelo carinho, dedicação e conhecimento transmitido, em especial ao professor Adaumirton Dias Lourenço que, de forma humana e paciente, dedicou seu tempo para minha orientação neste trabalho, o qual nunca esquecerei.

RESUMO

Esta monografia versa sobre o não cumprimento da oferta de consumo em eventos musicais. Propõe-se a responder ao seguinte questionamento: quais são os direitos do consumidor diante da alteração ou cancelamento de evento musical para o qual tenha adquirido ingresso? Objetiva, assim, delimitar os direitos do consumidor adquirente de ingresso para evento musical alterado ou cancelado. Sob o aspecto metodológico, utiliza o método de abordagem dedutivo e as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Este estudo possibilitou a identificação de problemas em relação ao local, cancelamento, segurança, substituição de atração, identificação dos responsáveis e, para casos em que ocorra a recusa do fornecedor de cumprir a oferta, delimitou ao consumidor a possibilidade de exigir o cumprimento forçado da obrigação, aceitar prestação de serviço equivalente, ou exigir a rescisão do contrato com devolução da quantia paga. Já para os casos de serviço prestado com vícios em sua execução, delimitou a possibilidade de exigir a reexecução do serviço sem custos adicionais, ou a restituição imediata da quantia paga atualizada monetariamente, ou abatimento proporcional do preço, sendo possível o acionamento de qualquer um dos prestadores inseridos na dinâmica da realização do evento musical, os quais respondem solidariamente. Tudo sem prejuízo de indenização por perdas e danos eventualmente sofridos pelo consumidor.

Palavras-chave: alteração ou cancelamento de evento musical; não cumprimento da oferta; direitos do consumidor.

ABSTRACT

This monograph addresses the non-fulfillment of offers in musical events. It aims to answer the following question: What rights does a consumer have when a musical event they have purchased a ticket for is altered or cancelled? The study seeks to clarify the rights of consumers who buy tickets for musical events that experience changes or cancellations. From a methodological standpoint, the research employs a deductive approach along with bibliographic and documentary research techniques. This analysis has identified several issues related to location, cancellation, security, changes in performance, accountability, and the situation where the organizers refuse to fulfill the offer. In such cases, consumers may be limited in their options to demand enforcement of the contract, accept an equivalent service, or terminate the contract with a refund. Additionally, if the service is delivered with vices, consumers may face restrictions in demanding re-execution of the service without incurring extra costs, seeking an immediate refund with monetary adjustments, or requesting a proportional price reduction. Consumers have the option to contact any of the providers involved in the musical event's dynamics, as they may be jointly liable. All without prejudice to compensation for losses and damages eventually suffered by the consumer.

Key-words: alteration or cancellation of musical event; non-fulfillment of the offer; consumer rights.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS EVENTOS MUSICAIS	111
2.1	CONCEITO E MODALIDADES DE EVENTOS MUSICAIS.....	11
2.1.1	Eventos e história.....	11
2.1.2	Classificação dos eventos em abertos e fechados.....	13
2.1.3	A pluralidade da formatação dos eventos musicais.....	13
2.1.4	Relação artista, consumidores e eventos.....	15
2.1.5	Personagens na relação de consumo dos eventos musicais.....	16
2.1.6	Relação de consumo.....	17
2.1.7	Outras formas do serviço musical.....	17
2.2	IMPORTÂNCIA ECONÔMICA E CULTURAL DOS EVENTOS MUSICAIS	18
2.2.1	Importância econômica dos eventos musicais.....	18
2.2.2	Importância cultural dos eventos musicais.....	21
2.2.3	Cultura como direito.....	24
2.3	COMPLEXIDADE ORGANIZACIONAL DOS EVENTOS MUSICAIS E FORNECEDORES ENVOLVIDOS	26
3	A OFERTA NO MERCADO DE CONSUMO	32
3.1	A OFERTA E SEU CARÁTER VINCULANTE.....	32
3.1.1	Força vinculativa da oferta.....	34
3.1.2	Quais situações permitem que a oferta não seja cumprida?	35
3.2	RESPONSÁVEIS PELO CUMPRIMENTO DA OFERTA	36
3.2.1	Vícios nos serviços prestados em relação aos eventos musicais.....	38
3.2.2	Vício e defeito.....	38
3.2.3	Responsabilidade por vício de qualidade do serviço.....	41
3.2.4	Responsabilidade dos profissionais liberais.....	43
3.3	CONSEQUÊNCIAS JURÍDICAS DO NÃO CUMPRIMENTO DA OFERTA.....	44
3.3.1	Responsabilidade civil, penal e administrativa no direito do consumidor	45
4	A OFERTA DE CONSUMO DE EVENTOS MUSICAIS: IMPLICAÇÕES DO SEU DESCUMPRIMENTO	48
4.1	ELEMENTOS DA OFERTA NOS EVENTOS MUSICAIS E SITUAÇÕES CARACTERIZADORAS DO SEU DESCUMPRIMENTO.....	48

4.1.1 Local do evento.....	49
4.1.2 A hora do evento.....	50
4.1.3 A data do evento.....	51
4.1.4 O preço.....	52
4.1.5 As atrações.....	52
4.2 OPÇÕES DO CONSUMIDOR DIANTE DO DESCUMPRIMENTO DA OFERTA E O CARÁTER PERSONALÍSSIMO DAS APRESENTAÇÕES MUSICAIS	55
4.3 DIREITO DO CONSUMIDOR À INDENIZAÇÃO E EVENTUAL RESPONSABILIZAÇÃO ADMINISTRATIVA E PENAL DO FORNECEDOR ..	60
4.3.1 Danos Materiais e Morais.....	60
4.3.2 Exclusão da responsabilidade na prestação dos serviços musicais.....	62
4.3.3 Responsabilidade civil, administrativa e penal na dinâmica consumerista dos eventos musicais.....	65
4.3.4 Responsabilidade solidária pelo descumprimento da oferta na dinâmica dos eventos musicais.....	69
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
<u>REFERÊNCIAS</u>.....	75

1 INTRODUÇÃO

No presente trabalho são abordadas questões relacionadas ao não cumprimento da oferta de consumo em eventos musicais, o que se faz a partir da seguinte indagação: quais são os direitos do consumidor diante da alteração ou cancelamento de evento musical para o qual tenha adquirido ingresso? Objetiva-se, portanto, delimitar os direitos do consumidor adquirente de ingresso para evento musical alterado ou cancelado.

Convém advertir o leitor que, especialmente no primeiro capítulo, onde são feitas considerações gerais acerca dos eventos musicais, encontrará longos trechos sem citações fundamentadoras das informações veiculadas. Isso porque tais informações são fruto de vinte e dois anos de experiência profissional do autor desta monografia, que tem formação superior em música (categoria popular) pela Universidade Federal da Paraíba, atuando como músico, professor, compositor, promotor de eventos, técnico em sonorização e iluminação, bem como produtor musical (inclusive de finalistas e vencedores do concurso nacional televisivo The Voice Kids Brasil).

Ademais, a experiência profissional deste autor na área musical foi determinante para escolha do tema aqui desenvolvido, fazendo-o sentir a necessidade de esclarecimento sobre os direitos do consumidor em caso de cancelamento ou alteração de evento musical para o qual tenha adquirido ingresso.

Para o desenvolvimento desta monografia, utilizou-se o método de abordagem dedutivo, partindo-se da noção geral de oferta de consumo e das possibilidades garantidas ao consumidor em razão do seu não cumprimento para, então, especificamente delimitar os direitos do consumidor adquirente de ingresso para evento musical alterado ou cancelado. Como técnica de pesquisa, adotou-se a documentação indireta, nas suas modalidades bibliográfica e documental. Técnica bibliográfica, mediante a consulta a livros e textos relacionados ao tema de pesquisa, notadamente de autores como Tartuce e Neves (2024), Nunes (2024), Miragem (2024) e Cesca (2008). Técnica documental, através do uso de leis e jurisprudência, com destaque para o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e para julgados do Tribunal de Justiça de Minas Gerais.

O esforço de pesquisa resultou na construção de trabalho distribuído em três capítulos de desenvolvimento. O primeiro capítulo traz considerações acerca dos

eventos musicais e seu caráter, normalmente, personalíssimo. Faz análise histórica dos eventos demonstrando sua relevância cultural e social. Analisa a importância econômica dos eventos, com ênfase na geração de empregos e na movimentação em diversos setores da economia. Demonstra a complexidade organizacional dos eventos musicais, com destaque para a diversidade de fornecedores e prestadores de serviços envolvidos.

O segundo capítulo trata da oferta no mercado de consumo, abordando o princípio da vinculação da oferta na dinâmica dos eventos musicais. Aborda situações em que o fornecedor pode ser exonerado do cumprimento da oferta, faz análise da responsabilidade do fornecedor pelo cumprimento da oferta, identificando a cadeia de fornecedores e prestadores de serviço na dinâmica dos eventos musicais. Apresenta, ainda, as opções dadas ao consumidor em situações de vícios e defeitos presentes na prestação do serviço.

O terceiro capítulo se aprofunda nas implicações do descumprimento da oferta na dinâmica dos eventos musicais através da análise de casos reais. Identifica os elementos da oferta apresentando exemplos de problemas comumente encontrados pelos consumidores. Aborda a responsabilidade civil dos fornecedores e a possibilidade de indenização por danos materiais e morais.

2 CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS EVENTOS MUSICAIS

No âmbito dos eventos musicais, interessa ao presente trabalho àqueles que cobram ingressos para entrada do público, gerando relação de consumo entre os fornecedores envolvidos na prestação dos serviços inseridos na dinâmica da apresentação musical e os consumidores adquirentes do ingresso.

Com efeito, esta monografia tem por objetivo delimitar os direitos do consumidor adquirente de ingresso para evento musical alterado ou cancelado. Para tanto, convém situar o leitor na realidade dos eventos musicais, o que se faz neste capítulo de abertura. Aqui, são apresentados o conceito e as modalidades desses eventos, a sua importância cultural e econômica, bem como a sua complexidade organizacional e os fornecedores envolvidos.

2.1 CONCEITO E MODALIDADES DE EVENTOS MUSICAIS

Os eventos possuem importância histórica uma vez que aparecem correlacionados a acontecimentos importantes em todas as culturas, das mais rudimentares até às sofisticadas. Aparecem ligados a acontecimentos sociais e culturais, na forma de ritos e manifestações, os quais podem ser vistos como fruto das tradições culturais de um povo (Nogueira *et al.*, 2020).

2.1.1 Eventos e história

Muitos relatos antigos apontam para situações em que grupos de pessoas se reuniam com propósito específico. Como exemplo, estudos demonstram que no Egito antigo aconteciam ritos religiosos e cerimônias para os faraós, assim como rituais funerários (Matias, 2014).

Percebe-se a natural predisposição do ser humano à socialização. Do ponto de vista antropológico, tais interações sociais podem ser vistas como essência da vida humana, as quais influenciam na formação das personalidades individuais através da troca que acontece entre pessoas (Byrne, 2014).

Sendo assim, os eventos podem ser entendidos como organizações que guardam correlação com aquilo a que se deseja alcançar, seja na área musical, em relação a negócios, na área da educação, cultura, política, cada qual buscando

potencializar a informação, a interação, a experiência. O evento pode ser percebido como a execução de um projeto que foi previamente planejado para um determinado acontecimento e que tem como objetivo elevar, manter ou ainda recuperar os conceitos da organização de um público (Cesca, 2008).

Relacionando o evento às manifestações musicais, percebe-se que tal atividade apresenta grande atratividade às pessoas, atratividade essa que fomenta aspectos econômicos, culturais e que se constroem a partir de realidades sociais.

Os eventos musicais podem ser classificados na forma de evento artístico e cultural o qual é executado na forma de show. Dessa forma, pode ser caracterizado por apresentações musicais em espaços abertos como parques, praças, ou em locais fechados, como casas de espetáculo e teatros (Nogueira *et al.*, 2020).

Historicamente, os eventos musicais foram observados na forma de reunião de pessoas para os mais diversos fins, ao exemplo do Egito que, há mais de cinco mil anos, tinha a música presente no cotidiano dos pastores, remadores do Nilo e de camponeses. No mesmo sentido, antigos documentos Sumérios apontam para a existência de orquestras musicais que utilizavam instrumentos parecidos com liras e flautas de bambu. Acredita-se que os funerais na Babilônia podiam ser acompanhados de marchas fúnebres e que o Rei Davi, por volta de mil anos antes de Cristo, manteve coro de vozes com trezentas pessoas que executavam salmos acompanhados de harpas, liras, címbalos e trompetes (Deyries; Lemery; Sadler, 2010).

Com o passar dos anos, os eventos musicais interagiram de diferentes formas com as sociedades, fazendo parte delas como balizadores de momentos históricos, uma vez que traduziam aspectos da cultura, política, religião etc.

Em relação ao Brasil, registros demonstram que já ocorriam, desde antes da vinda da Família Real Portuguesa, feiras e movimentos artísticos. Dentro universo dos eventos musicais, no ano de 1840 aconteceu o primeiro Baile Carnavalesco Brasileiro. Segundo registros do Ministério da indústria e comércio, ocorriam também feiras que possuíam características semelhantes às que ocorriam na idade média, em locais abertos onde os comerciantes armavam suas barracas para vender seus produtos (Matias, 2013).

O surgimento do samba demonstra a importância cultural ligada à uma determinada época, uma vez que nasce a partir de festas de dança dos negros escravos. Manifestações essas que ocorriam em reuniões nas casas das “tias” baianas, pessoas que deixavam sua terra natal em busca de melhores condições de

vida no contexto do êxodo nordestino brasileiro, as quais seguiam em direção às grandes cidades como o Rio de Janeiro. A casa da Tia Ciata é considerada um dos berços dessa manifestação artística, uma vez que foi polo coletivo do samba e de outras expressões culturais (Napolitano, 2005).

A importância dos encontros musicais como movimentação econômica e cultural tem fácil percepção. Antes mesmo do surgimento da tecnologia de gravação de áudio era possível delimitar facilmente a música em relação aos contextos sociais, uma vez que ela estava totalmente ligada a funções sociais específicas. Nesse caso, a impossibilidade de se levar a música para casa ou de ouvi-la a qualquer momento ou em qualquer local, ela apresenta-se como experiência singular ligada a um lugar e espaço, ocasião que atrai as pessoas como forma de possibilitar vivenciar as experiências (Byrne, 2014).

2.1.2 Classificação dos eventos em abertos e fechados

Percebe-se que a literatura costuma dividir os eventos entre fechados e abertos. Eventos fechados aparecem como aqueles em que o público é pré-definido e fechado, normalmente alcançados através do uso de convites. Eventos abertos apresentam-se destinados ao público em geral, ligadas ao evento por pagamento de ingresso, inscrição. A recepção de um casamento pode ser colocada como exemplo de um evento fechado, uma vez que não é dada às pessoas estranhas ao casal a possibilidade de se adquirir ingresso para sua participação. Já os eventos abertos apresentam-se relacionados às boates, exposições, casas de shows, festivais de música, convenções etc. (Cesca, 2008).

Um evento musical pode ser realizado de forma específica a determinado público o qual é convidado a participar. Tais eventos restritos são realizados de forma fechada, de acordo com determinadas circunstâncias, diferente dos eventos abertos que objetivam alcançar um público mais generalista, podendo ter sua entrada na forma gratuita ou paga (Nogueira *et al.*, 2020).

2.1.3 A pluralidade da formatação dos eventos musicais

A formatação que os eventos musicais apresentam é variável. Os personagens que compõem a organização de um evento musical podem variar assim como os

estilos musicais têm suas diferenças. Neste sentido, a variedade dos tipos de expressão musical faz correlação à variedade de tipos de eventos musicais, uma vez que um condiz com as características do outro. Festivais de rock naturalmente utilizam equipamentos, decoração e organização diferentes daquelas percebidas em apresentações de orquestras sinfônicas.

Entre os tipos de eventos musicais, grandes festivais de música destacam-se entre os eventos mundiais. Eles incorporam características como o uso de grandes infraestruturas, internacionalização de procedimentos e de equipes, mas continuam estabelecendo diálogo com aspectos culturais específicos.

Como exemplo, cita-se o festival de música Woodstock, realizado pela primeira vez em agosto de 1969, nos Estados Unidos da América (EUA). Esse festival apresentou em seu desenvolvimento grande influência dos movimentos hippie da época, assim como do estilo musical rock'n'roll. O festival musical disseminou ideias sobre o contexto da bipolarização geopolítica ocorrida após a Segunda Guerra Mundial, além de vir a ser ensaio para os grandes festivais musicais posteriores, modalidade de evento cultural que trouxe consigo características de grande relevância econômica e cultural para as regiões que as realizaram, como se observará mais adiante.

Para melhor entendimento da pluralidade de serviços envolvidos na dinâmica dos eventos musicais, faz-se conveniente perceber que a diversidade cultural tem grande influência na forma de organização dos serviços prestados na dinâmica em questão. Eles mudam de acordo com os costumes atrelados a cada movimento social cultural.

Ao se tomar como exemplo o cenário musical brasileiro, fica claro o quão diversas são as formas de expressões artísticas que podem coexistir em um só país. Rock, samba, pagode, xote, xaxado, baião, forró, carimbó, brega, mpb e bossa nova são apenas uma parte das vertentes musicais populares deste país. Cada uma com características culturais e sociais próprias, que atravessam desde o modo de se vestir, formas de se alimentar e que vão até à formação das progressões de acordes em seus campos harmônicos. Nesse contexto também estão incluídas as óticas das políticas sociais, movimentos, bandeiras e lutas encontradas nas letras e poesias das músicas, que formam o conceito artístico particular a cada estilo musical.

Se em apenas um país percebe-se tamanha diversidade de características culturais, é de se imaginar quão grande são as variantes de componentes de formação

artística a nível mundial. Uma vez que cada estilo musical tem uma linguagem própria para se ligar às pessoas, desse modo também devem ser configurados seus eventos musicais.

Outro exemplo que pode demonstrar a pluralidade nas configurações envolvidas no fornecimento dos serviços de eventos musicais são os espetáculos de música Erudita Barroca. A era barroca, inserida no contexto da música erudita, aconteceu entre 1600 e 1750. O estilo envolveu o nascimento da ópera, a expansão das orquestras e o desenvolvimento da música instrumental (Burrows; et al, 2010).

As particularidades do Estilo Barroco são marcantes, movimento que se apresenta cheio de detalhes rebuscados em suas obras arquitetônicas e na sua música. A música Barroca é executada a partir de instrumentos musicais fabricados em madeira e com cordas advindas de intestino animal, como a viola da gamba, anterior à utilização ampla de instrumentos musicais mais modernos como o piano, bastante característicos do período Romântico. Foi a época marcante no uso e fabricação dos violinos de Cremona, tendo como renomados fabricantes o Amati, o Guarneri e o Stradivari (Burrows; et al, 2010).

Esse é um estilo musical mergulhado em fatores acústicos e estéticos, preso às características de uma determinada época. Dessa forma, a melhor forma de realização da arte acontece no interior de antigas igrejas com características acústicas e ornamentais naturais do século XVII, ao exemplo do Centro Cultural São Francisco na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba, Brasil.

Assim, não é de se esperar nesse exemplo o fornecimento de serviços de sonorização dotados de efeitos ultramodernos como amplificadores de distorção, muito menos a prestação de serviços secundários de bebidas alcoólicas ou de salão de beleza, assim como acontece em alguns festivais.

2.1.4 Relação artista, consumidores e eventos

Os eventos musicais proporcionem o encontro dos artistas com seu público, o encontro do ídolo com seu fã, o encontro dos consumidores com o serviço artístico. Tais encontros possuem, em regra, caráter personalíssimo, uma vez que, ao se tomar conhecimento de uma oferta de show, a iniciativa de uma pessoa para adquirir ingresso no intuito de presenciar a apresentação daquele artista normalmente tem sua

decisão motivada por sua ligação emocional à obra, podendo essa expectativa ser frustrada nos casos em que ocorra troca das atrações anunciadas.

Como poderá ser observado no decorrer do presente trabalho, o caráter personalíssimo ou *intuitu personae* acontece em contratos que são realizados em atenção às qualidades pessoais do contratado, sejam elas culturais, profissionais, artística ou de outra espécie, influenciando diretamente na decisão do contratante (Gonçalves, 2024).

Do ponto de vista do universo musical artístico, esses encontros envolvendo artista e o público têm vantagens para as duas partes, uma vez que o fã almeja estar próximo ao seu ídolo, seja por inspiração, por motivos filosóficos, emocionais, na busca pelo prazer ou entretenimento, do outro lado figurando o ídolo que também precisa de um público para sua satisfação artística e financeira, mas que pode vir a ser um dos responsabilizados pelo descumprimento da oferta no âmbito dos eventos musicais.

2.1.5 Personagens na relação de consumo dos eventos musicais

De acordo com as formas que os eventos musicais se apresentam, vários são os fornecedores e prestadores de serviço que podem estar envolvidos na cadeia do cumprimento da oferta. Na dinâmica da organização dos eventos, pode-se entender como fornecedores as empresas que realizam a locação do espaço para o evento, assim como a rede de empresas que prestam seus serviços ou ainda comercializam produtos necessários para a boa execução do evento (Galvão, 2014).

Podem ser citadas como exemplos de prestadores de serviços nos eventos, além do promotor de eventos, as empresas de segurança, de decoração, de equipamentos audiovisuais, de fornecimento de alimentos e bebidas etc. (Matias, 2014).

Percebe-se que tal pluralidade pode levar a um cenário de confusão para determinação do fornecedor, ou fornecedores responsáveis por eventuais problemas na prestação do serviço.

Como poderá ser observado ao longo do presente estudo, a lei consumerista disponibilizou formas para facilitar a busca das pretensões frustradas do consumidor que comprou ingresso para a participação em eventos musicais, seja na forma de se

exigir o cumprimento da oferta, de escolhas que busquem a reparação do problema ou, ainda, na facilitação da localização do fornecedor a ser acionado.

2.1.6 Relação de consumo

Do ponto de vista das relações de consumo, os eventos musicais podem ser observados como um serviço ofertado ao público, os quais historicamente trazem grande atratividade aos consumidores por apresentarem potencial de integração entre pessoas de locais diferentes, além de proporcionarem o lazer e a troca de valores entre grupos (Matias, 2013).

Desse modo, nessa relação podem estar presentes elementos que caracterizam a relação entre consumidor e fornecedor, na qual, uma vez que a notícia da oferta chega ao consumidor, vincula o fornecedor nos termos daquela oferta.

Grandes produções de eventos musicais, por exemplo, proporcionam atmosfera ainda mais atraente ao público consumerista uma vez que potencializam o investimento feito em serviços multisetoriais de propaganda e marketing, os quais multiplicam os poderes de sedução para os seguidores, entusiastas e fãs de todos os lugares, inclusive de cidades distantes, os quais se deslocam até à cidade da realização do evento, e que, como poderá ser aprofundado adiante, provocam o impulsionamento do ciclo econômico local, movimentando seguimentos diversos como o de traslado e alimentação.

2.1.7 Outras formas do serviço musical

De modo complementar ao conhecimento da natureza dos serviços musicais, outras formas de disponibilização desses serviços podem ser citadas, mesmo que estando elas para além do cerne deste trabalho.

De acordo com as experiências de produção musical, outras formas de trabalho acontecem no repertório de serviços artísticos, os quais apresentam-se mais próximos a interesses econômicos locais.

Tais serviços musicais acontecem na forma de apresentações realizadas em inaugurações de lojas, ou na realização de desfiles de moda que buscam divulgação de novas coleções de roupas, também ligadas a festividades particulares como aniversário, casamento entre outros, podendo ser tal prestação de serviço entendida,

a depender do caso, como prestação de serviço executado por profissional liberal, ocorrendo nesses casos a possibilidade da interpretação diversa em relação à característica da responsabilidade, em regra, objetiva do Código de defesa do consumidor (CDC), podendo ser quebrada, nos casos dos profissionais liberais, uma vez que somente respondem mediante a prova de culpa, ou seja, responsabilidade subjetiva (Tartuce, 2024).

2.2 IMPORTÂNCIA ECONÔMICA E CULTURAL DOS EVENTOS MUSICAIS

Observa-se que os eventos musicais apresentam relevância econômica, uma vez que movimentam vários setores de fornecimento de serviços os quais aparecem inseridos à prestação principal. Porém, além dos serviços internos ao evento, como fornecimento de equipamento de sonorização e de iluminação, percebe-se que muitos outros postos de trabalho são criados nas regiões em que os eventos são realizados, como os decorrentes do crescimento de movimentação hoteleira e gastronômica.

Nos tópicos a seguir, a importância da cultura e o impacto econômico gerado pela realização de eventos como festivais musicais poderão ser abordados, observando-se desde o modo de nascimento de movimentos artísticos até a citação de exemplos de eventos que chegam a fazer parte da programação econômica de cidades.

2.2.1 Importância econômica dos eventos musicais

Do ponto de vista da economia, observa-se que os eventos musicais têm o poder de criação de postos de trabalho que vão para além daqueles relacionados aos artistas e bandas. Além disso, o tópico possibilitará a compreensão de como os eventos influenciam na dinâmica econômica das regiões onde são realizados.

Desde a Grécia antiga, os eventos tiveram grande importância econômica na medida que serviam como impulsionadores na promoção de transações econômicas relevantes, uma vez que tinham o poder de reunir pessoas de diversas partes do mundo (Nogueira *et al.*, 2020).

Compreende-se a importância econômica dos eventos, sejam eles apresentados na forma de grandes ou de pequenos eventos trabalhos, na medida que envolverem grupos de pessoas, tanto no desenvolvimento quanto na participação,

execução, revelando-se como forte instrumento econômico gerador de renda, empregos (Nogueira *et al.*, 2020).

Ao se observar os eventos e festivais de perto, percebe-se que para seu adequado funcionamento são necessários diversos prestadores de serviços que trabalham coordenadamente possibilitando o sucesso na prestação central do serviço.

Compondo esta cadeia de serviço está a equipe de sonorização, equipe de iluminação, as agências de divulgação que trabalham através dos sistema de rádio, televisão ,internet, entregando panfletos, construindo outdoors, sendo necessárias ainda empresas de segurança, de fornecimento de alimentação, fornecimento de bebidas, apoio de corpo médico com ambulância o qual é geralmente prestado por hospital da região, apoio logístico para traslado dos artistas, confecção de ingressos em gráficas, locação de casa de shows para realização do evento, serviços de saneamento básico, disponibilização de banheiros químicos, empresa fornecedora de geradores de energia, eletricitas, empresa de transmissão ao vivo de mídia, de estacionamento, de decoração, de infraestrutura como montagem de palco, montagem de estruturas de grids para suportar equipamentos técnicos, camarins, mobiliário e rampas para acessibilidade, entre tantos outras, além daquelas não inseridas diretamente na organização do evento como hotéis, transporte, postos de venda, restaurantes.

Além da cadeia de fornecedores, a realização dos eventos musicais movimenta a economia regional de forma significativa, observado pelo aumento na busca por serviços hoteleiros, de restaurantes, museus, serviço de taxi e pela criação de postos de trabalho no comércio local.

Pode-se observar que a prestação desses vários serviços causa impacto na economia da região em que o evento musical acontece. Acontece o enriquecimento do turismo cultural na forma da atração de pessoas para uma região que esteja promovendo tais apresentações.

De certa forma, o turismo tem relação próxima aos grandes eventos musicais. Festivais periódicos de música e festas de rua são frequentemente utilizados como estratégia para atrair pessoas às cidades.

De forma análoga, grandes eventos, como copa do mundo de futebol e jogos olímpicos, também apresentaram importância no desenvolvimento de cidades e regiões incremento atividades vinculadas ao turismo. Mais próximos aos festivais de

música internacional, a circulação de espectadores do mundo todo demonstra relevância financeira que chega a influenciar setores diversos (Nogueira *et al.*, 2020).

Na região do estado da Paraíba, Brasil, vários são os exemplos que podem ser observados. Podem ser citados, como exemplo, a festividade pré-carnavalesca Folia de Rua, na cidade de João Pessoa, o “Maior São João do Mundo” com seus 30 dias de festa na cidade de Campina Grande e o Fest Verão Paraíba na cidade de Cabedelo, o qual reúne anualmente nomes expressivos do cenário musical brasileiro divididos em apresentações semanais. Esses eventos citados têm como resultado indireto o impulso da máquina turística, a geração de empregos formais e informais, assim como a divulgação cultural da região.

Nesse sentido, segue a notícia:

Só em duas das principais festas juninas do Brasil, Caruaru (PE) e Campina Grande (PB), a estimativa é de mais de R\$ 1,1 bilhão em arrecadação e de 5,7 milhões de pessoas curtindo os dias de festas. Em Mossoró, no Rio Grande do Norte, a expectativa é que o público chegue a 1 milhão e que as festas no município injetem R\$ 140 milhões na economia local. Já em Petrolina (PE) devem ser gerados R\$ 275 milhões com a participação de 800 mil pessoas. Em Parintins (AM), o governo espera movimentar 100 mil pessoas e R\$ 105,8 milhões. O evento acontece entre os dias 30 de junho e 2 de julho (Maciel, 2023).

Tais festivais e eventos musicais atraem investimentos públicos e privados, acarretando a criação de novos postos de trabalho. Percebe-se que um dos fatores que influencia nesse fomento comercial é o aumento do consumo de produtos e de serviços, antes, durante e após a realização desses eventos.

O elevado montante de visitantes que, a cada ano, se deslocam para estes circuitos de sociabilidades festivas estimula a atitude de os empresários tomarem tais ocasiões por alvos de comercialização de produtos nas estratégias de *marketing*. No período das comemorações a São João nos Estados de Pernambuco e da Paraíba, a montagem da infraestrutura para os festejos recebe até US\$ 1,1 milhão em patrocínios [...] (Farias, 2005).

De forma a exemplificar essa característica, pode-se observar o impacto econômico nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro durante a realização dos eventos musicais Lollapalooza e Rock in Rio, respectivamente. Segundo Naffah e Souza (2022), em dados publicados pelo site www.thinkwithgoogle.com, o qual abordou tendências de consumo relacionadas a fatores como festivais, economia e música, que foram analisados com suporte do aplicativo de tráfego WAZE.

Realizado no ano de 2022, o evento Lollapalooza, que ocorreu entre 25 e 27 março na cidade de São Paulo, desencadeou em considerável aumento de tráfego na região dos comércios na cidade. De acordo com os dados apresentados (Naffah; Souza, 2022), além da participação nos eventos musicais sediados na cidade, muitas pessoas de fora daquela região aproveitaram a ida ao evento para fazer visitas a diferentes pontos da capital paulista.

A publicação (Naffah; Souza, 2022) demonstrou que houve um aumento de 552% de navegação para estabelecimentos como praças de alimentação, aumento de 381% para bares e de 356% para boates e baladas. Além disso, o público do evento musical também buscou atividades nos setores de alimentação e entretenimento. Outros dados demonstrados foram em relação ao aumento no tráfego acusaram aumento de 294% na circulação para Hotéis, de 294% para restaurantes, de 352% para museus, além de outros locais.

Nesse ponto, pode se perceber que a relação de consumo experimentada por aqueles que buscam prestigiar tais eventos musicais vai bem além do próprio evento. Uma vez que o consumidor viaja para estas cidades com intuito de participar de um evento musical, outros tantos serviços são necessários para possibilitar sua estadia. Além disso, faz-se comum casos em que o consumidor aproveita sua viagem para vivenciar outras experiências como conhecer estádios, autódromos, museus, parques e outras atrações locais.

Do mesmo modo, a pesquisa (Naffah; Souza, 2022) demonstrou que com o evento Rock In Rio, realizado em setembro daquele mesmo ano em dois finais de semana seguidos, o impacto de aumento em relação ao tráfego para a rede hoteleira foi de 126%, aumento de 121% para hospedagens em geral, de 158% para parques, de 135% para galerias de arte, de 98% para piscinas e de 82% para atrações turísticas.

2.2.2 Importância cultural dos eventos musicais

O ser humano mostra-se capaz de conferir valor simbólico a diversas situações vivenciadas como acontece em relação às festividades. Ao participarem de ritos e manifestações, fica traduzida as características culturais históricas daquele povo, de modo que todo traço cultural sempre possuir algum fundamento sócio-histórico (Nogueira; et al., 2020).

Sob a ótica da produção musical, os estilos musicais, uma vez inseridos na cultura, nascem e se consagram a partir de um momento social vivido por uma região. Nesse ponto, pode se fazer interessante pontuação sobre o desenvolvimento das produções musicais.

Percebe-se que a indústria musical tem o poder de movimentar bastante riqueza ao redor do mundo. Uma vez que tal indústria se apresenta de forma tão lucrativa para seus investidores, é de se esperar que estudos sejam constantemente elaborados para potencializar os ganhos dos investidores. Diversas análises foram feitas ao longo dos anos, tanto no campo da indústria fonográfica quanto na indústria de streaming, publicidade, cinema, entre outros, com o objetivo de explicar quais fatores seriam relevantes e recorrentes nas obras dos grandes sucessos, com a expectativa de que, uma vez com tal “receita de bolo” em mãos, o sucesso pudesse ser replicado (Seabrook, 2015).

Após contínuas tentativas de produção musical a partir das tais características de sucesso apontadas pelas pesquisas, mesmo com o envolvimento de produtores, diretores e estúdios renomados, percebeu-se que, por maior que fossem os esforços e investimentos feitos, o sucesso não era garantido uma vez que as nuances que tornaram um estilo artístico em sucesso de grande relevância econômica estariam atreladas aos movimentos sociais experimentados por um grupo de pessoas que vivenciavam fatores em comum e que, notoriamente, se encontravam representadas nas obras (Seabrook, 2015).

Por este motivo movimentos musicais e artísticos populares dos anos 60 e 70 dificilmente encontraram a mesma aceitação entre a juventude atual.

Ou seja, o sucesso não poderia ser alcançado por regras e procedimentos se não houver ligação da obra em relação a um público específico, da cultura com um povo.

De forma a exemplificar, imaginemos a percepção dos consumidores que ao comprarem ingressos para o show de Roberto Carlos percebem que, por motivos de saúde, a apresentação haja sido trocada em cima da hora pela apresentação da internacionalmente reconhecida banda inglesa de heavy metal chamada Iron Maiden.

Alguns dos consumidores se encontrariam em oportunidade única de prestigiar aquela apresentação internacional, porém, é de se esperar que para a maioria dos pagantes a troca não faria o menor sentido, restando frustrada a caracterização da oferta. Percebe-se que, apesar do valor atrelado ao show internacional substituído, o

estilo heavy metal pode não conseguir estabelecer ligação cultural com aqueles presentes ao evento.

A cultura de uma região tem ligação histórica e guarda a identidade de um povo na medida em que as movimentações sociais ocorridas naquele território, levando-se em consideração a característica naturalmente multável de uma sociedade, se apresentam como alicerce para o nascimento de novos estilos artísticos e musicais os quais têm poder de revelação da realidade de um momento histórico.

Do ponto de vista do estudo dos eventos culturais, eles podem ser classificados como reuniões coloquiais que buscam a dimensão do entretenimento e do lazer, tendo como finalidade a promoção das manifestações e a estimulação da criatividade e das expressões populares artísticas e culturais (Nogueira *et al.*, 2020).

Albuquerque (1997), em seu livro “O Eterno Verão do Reggae, ao explanar sobre o nascimento de estilos musicais jamaicanos, perpassando pela realidade política e econômica da Jamaica, demonstra que para o nascimento daquela arte, em uma época em que não existiam rádios no território jamaicano, pessoas da comunidade se reuniam em esquinas ao redor de carros com caixas de som que tocavam e influenciavam o nascimento de estilos musicais. Naqueles chamados *sound systems* eram tocados ritmos como Ska e Rock-Steady, sempre rodeados por uma espécie de comércio informal de comidas e bebidas. Tal movimento financiaria a criação de estúdios e rádios jamaicanos que viria a possibilitar o surgimento de grandes nomes da música como Bob Marley (Albuquerque, 1997).

Bob Marley, influenciado pelas religiões, problemas políticos e pelo movimento rastafari, viria a ser o primeiro artista de fora da bolha norte americana e europeia a conseguir ter notoriedade mundial, cantando em suas obras a pobreza de seu povo que também seria a realidade de muitos pretos espalhados pelo mundo, realidade de viver mergulhado em exploração política, com o sonho do retorno dos pretos descendentes dos escravizados à terra mãe África, embasado pela forma de fé rastafari e pelos ensinamentos bíblicos cristãos que os colocavam de forma análoga aos escravos fugindo da Babilônia em busca do retorno à terra natal.

Faz-se notório que a questão social se apresenta como grande força motriz na construção do estilo musical, traduzindo e perpetuando elementos de uma cultura.

Dessa forma, os eventos musicais apresentam importante papel na preservação da identidade de uma região, da perpetuação histórica de um povo e na

divulgação cultural e histórica de um território. Isso é facilmente percebido nas expressões culturais dos diversos lugares do Brasil e do mundo.

O desenvolvimento local é bastante influenciado pelas atividades culturais. Pode-se questionar se a ideia de desenvolvimento sustentável das cidades pode acontecer sem levar em consideração as dinâmicas culturais e sociais que nelas estão enraizadas. Entende-se que tais recursos culturais, que atenção à diversidade de culturas presentes nos centros urbanos e que a promoção dessas contribuem decisivamente para o desenvolvimento das cidades (Canclini, 2005).

A dimensão do conceito de cultura tem o poder de proporcionar diversas funções às suas formas de expressão. A cultura em si tem valor abrangente e pode ser classificada como um conjunto dos conhecimentos adquiridos, instrução, conjunto dos hábitos sociais e religiosos, das manifestações intelectuais e artísticas, que caracterizam uma sociedade, normas de comportamento, saberes, hábitos ou crenças que diferenciam um grupo de outro (Nogueira *et al.*, 2020).

Sob essa ótica, outras funções podem ser relacionadas à música para além do entretenimento. Há possibilidade de observá-la com funções que vão desde a de unir pessoas em torno de um ideal, como acontece nas igrejas, ou ainda com a função de propaganda, como observado em campanhas políticas eleitorais. Acontece também no trabalho de recuperação social, seja com grupos vulneráveis marginalizados através do ensino da música muitas implementados por ONGs ou grupos religiosos que atuam em áreas carentes das cidades, ou ainda relacionado a tratamentos médicos psiquiátricos na forma de exercícios de estímulo à ressocialização.

2.2.3 Cultura como direito

É importante entender que a cultura também acontece na forma de um direito, uma vez que retrata aspectos regionais, sendo importante sua preservação com o objetivo de perpetuar a identidade de uma população.

Os eventos musicais e festivais culturais têm grande importância nesse quesito. Como visto, eles têm o poder de difusão, promoção e valorização da diversidade das questões culturais.

Quando os eventos culturais se encontram relacionados com a educação acontece a construção da identidade de um povo, contribuindo na promoção da sua

cidadania. Os eventos culturais têm o poder de disseminação e perpetuação de valores sociais de forma agradável aos espectadores (Nogueira *et al.*, 2020).

A cultura como direito é tema previsto na atual Constituição Federal Brasileira. Tais direitos culturais apresentam-se ligados à proteção e valorização do patrimônio cultural.

De fato, nem sempre a questão da preservação cultural teve a devida atenção. Como direito, por exemplo, ela apenas passou a ser vista com maior importância no cenário mundial nas décadas mais recentes.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 trouxe em seu artigo 22 a ideia de que todo ser humano, como membro da sociedade, deve ter assegurados os direitos culturais, considerados indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade. Esta mesma carta, em seu artigo 27, destacou o direito das pessoas de participarem dos benefícios da cultura.

A Constituição Federal Brasileira de 1988, em seus artigos 215 e 216-A, reconheceu os direitos culturais de forma explícita, tratados com menor importância em constituições anteriores:

Art, 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º - O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º - A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

I - defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; II - produção, promoção e difusão de bens culturais;

III - formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;

IV - democratização do acesso aos bens de cultura; V - valorização da diversidade étnica e regional.

Art. 216-A. O Sistema Nacional de Cultura, organizado em regime de colaboração, de forma descentralizada e participativa, institui um processo de gestão e promoção conjunta de políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da Federação e a sociedade, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais.

Como se pode perceber, a cultura foi disposta nos artigos 215 e 216 da Constituição. O termo cultura foi apresentado pelo constituinte com intuito de expressar um sistema de ideias, padrões de comportamentos e atitudes de uma sociedade (Padilha, 2019).

Dessa forma, foi determinada ao Estado a missão de garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais além do acesso as fontes da cultura nacional, apoiando incentivando a valorização e a difusão das manifestações culturais (Moraes, 2024).

Percebe-se que tanto economicamente quanto na forma de direito, as manifestações culturais passaram a ter cada vez mais importância no desenvolvimento das sociedades chegando a ser consideradas fatores indispensáveis na dinâmica social de qualquer país.

Com a oportunidade de se aproximar das questões relativas ao mercado consumidor brasileiro, em especial na área dos serviços ofertados em relação aos eventos musicais, o tópico a seguir possibilitará análise dos vários setores que compõem a estrutura dos eventos musicais e festivais ofertados ao público, possibilitando, desta forma, a melhor compreensão sobre fornecedores diretos indiretos envolvidos na prestação de serviço.

2.3 COMPLEXIDADE ORGANIZACIONAL DOS EVENTOS MUSICAIS E FORNECEDORES ENVOLVIDOS

Ao adquirir ingresso para um espetáculo musical de determinado artista, surge para o consumidor a expectativa da satisfação da boa execução do show. Dentro da dinâmica dos eventos e festivais musicais, o artista em si representa apenas um dos prestadores de serviço de uma cadeia composta por outros necessários para o bom cumprimento daquela oferta.

Basta que algo dentro da cadeia de fornecedores do evento musical não funcione como esperado para que se revele a complexidade de sua adequada realização, de forma responsável e segura.

Acredita-se que uma das tarefas mais importantes no trabalho dos gestores que atuam com eventos seja a adoção de bom planejamento estratégico sem o qual a probabilidade de êxito é reduzida de maneira significativa (Nogueira *et al.*, 2020).

Dessa forma, faz-se importante a existência de prévia organização, planejamento, assim como atenção a ações busquem a prevenção de possíveis problemas inerentes à atividade, uma vez que a má execução de apenas um dos serviços pode acarretar a ineficiência da prestação de vários outros, podendo, em último caso, impossibilitar a apresentação musical por vontade alheia à do artista, como acontece em problemas de falta de energia elétrica.

Sendo assim, o sucesso da realização de um evento depende de medidas a serem observadas por aqueles que se propõe a ofertar e realizar o serviço, medidas essas ligadas à organização, recursos humanos e produção.

Existem diferentes visões dos pesquisadores a respeito da organização de fases inseridas no planejamento da organização de um evento. Através da elaboração de etapas, os organizadores conseguem supervisionar, planejar, conduzir equipes etc. (Nogueira *et al.*, 2020).

O planejamento de um evento se mostra fundamental para o desenvolvimento do serviço, pois permite a visualização das atividades necessárias assim como permite o gerenciamento dos recursos. Esta fase é tida como uma das mais importantes e decisivas da prestação do serviço, podendo envolver várias áreas de trabalho, como o de coordenação, o de controle financeiro, administrativo e também recursos humanos necessários à execução (Matias, 2013).

Dependendo do tipo de evento musical a ser realizado, muitos são os setores envolvidos na sua organização, alguns de modo mais direto, outros fazendo parte de forma menos perceptível.

Em se tratando de eventos musicais abertos ao público, como festivais de música, encontra-se no cerne da organização do evento um personagem físico ou jurídico, desempenhando a função de promotor de shows e eventos, podendo ser também alguma outra forma de organização como associação de artistas representados por seus escritórios de vendas de shows.

O promotor de eventos, em muitas situações, aparece como o responsável pela boa execução do espetáculo. Dessa forma, pode-se dizer que na relação de consumo em que se adquire ingresso para presenciar um evento musical, o promotor de eventos revela-se como o principal, ou um dos principais fornecedores da relação, uma vez que tenha sido o responsável por se fazer veicular a oferta do serviço.

Como dito, o promotor pode ser encontrado na forma de pessoa física (menos provável), empresarial ou de associação, a depender do nível estrutural do evento a ser realizado. Sua função é a de tratar com todos os outros serviços fornecidos que compõem e possibilitam o adequado funcionamento do evento musical, sendo ele uma das figuras a serem demandadas no caso de descumprimento da oferta, como poderá ser apreciado mais à frente.

Dessa forma, aquele que está à frente do evento fica encarregado pela supervisão, coordenação, tendo como função principal a harmonização de todos os que compõem a estrutura de serviços do evento (Mendonça, 2014).

Logo, fica o promotor responsável por assinar os contratos envolvidos nas prestações de serviços e de dar a palavra final nas decisões da realização do evento, como autorizações, escolha das estruturas, controle financeiro etc. Normalmente ele é a pessoa que trata com a compra de data dos artistas, assim como fica responsável pela contratação da estrutura técnica, entre outros. Faz o levantamento, ainda, das devidas autorizações e permissões junto à prefeitura, aos órgãos governamentais local, assim como polícia, corpo de bombeiros etc.

Outro sujeito diretamente ligado à realização do evento é o próprio artista, sendo este o ponto central, o chamariz para que o consumidor final adentre à relação de consumo adquirindo ingresso.

O artista apresenta relação, normalmente, de caráter personalíssimo na prestação do serviço musical, ou seja, está ligado à prestação de serviço de modo que não se faz possível sua troca por um outro, sendo insubstituível sua *persona* (Gonçalves, 2024). Desta forma, ao se adquirir ingresso para apresentação musical do renomado cantor brasileiro Tom Jobim, na impossibilidade deste de comparecer ao evento, não se faz razoável que o cantor Tiririca faça a apresentação de forma substituta.

Notório que alguns problemas que desencadeiem no descumprimento da oferta relacionada ao evento musical podem advir por parte do próprio artista. Várias são as causas que podem ser apresentadas, desde simples problemas de saúde a outros mais complexos como a insatisfação do artista em relação ao equipamento técnico fornecido por parte da organização para a realização do espetáculo. Vale ressaltar, como poderá ser analisado no decorrer do estudo, que casos de problema de saúde relacionado a voz do cantor podem ser considerados caso fortuito interno, não sendo este excludente da responsabilidade do prestador de serviço haja visto que integra risco típico do negócio (Nunes, 2024).

Dando continuidade na análise do corpo de prestadores de serviço inseridos na dinâmica dos eventos musicais, cabe a observação de que, mesmo no caso desses fornecedores prestarem serviços de forma indireta na dinâmica dos eventos musicais, podem eles ser responsabilizados por vícios e defeitos que ocorram na prestação do serviço, inclusive de forma solidária.

Diante desta importância, cabe aqueles que promovem o evento a boa escolha dos fornecedores levando-se em conta critérios como cumprimento de prazos, facilidade de comunicação, comprovação de qualificação e de experiência, além do esforço de coordenação através de decisões precisas e claras, objetivas e planejadas. Importante destacar que, mesmo quando todos os cuidados de pré-produção tenham sido tomados, de modo evitar falhas no serviço, se faz importante a existência de opções alternativas para eventuais problemas envolvendo a cadeia de fornecedores (Nogueira *et al.*, 2020).

O fornecimento de energia se faz por empresa capacitada, observando-se a necessidade de aluguel de equipamento gerador de energia com potência e corrente capaz de sustentar a demanda energética do evento, com o objetivo de garantir a segurança e de evitar interrupções técnicas durante as apresentações, situação que pode levar à impossibilidade de apresentação dos artistas, desencadeando o descumprimento da obrigação de forma total ou parcial. A prestadora de serviços de energia pode ser, também, responsável pela manutenção dos equipamentos elétricos a serem disponibilizados no evento.

O fornecimento de estrutura de iluminação e sonorização são essenciais ao bom funcionamento do espetáculo. De melhor forma, são estes sistemas essenciais à boa execução do serviço, devendo ser prestados por profissionais especializados com uso de equipamentos devidamente funcionais.

Como bem se percebe nas apresentações da banda inglesa Pink Floyd, a estrutura de iluminação, a depender do estilo artístico do evento, pode ter papel essencial na performance artística, compondo cenários e potencializando o envolvimento do público com a obra da banda. Cada vez mais tecnológicos, os aparelhos utilizados no sistema de iluminação são baseados em linguagem digital própria chamada DMX (*digital multiplex*), a qual necessita de programação e manutenção adequada para seu adequado funcionamento. Sua má manipulação pode desencadear acidentes e falhas durante as apresentações.

A empresa de sonorização tem a responsabilidade de tornar possível a execução artística musical, realizando a captação sonora dos instrumentos e das vozes no palco, mixando, ou seja, misturando essas informações de forma coerente e endereçando o resultado ao público presente, assim como aos monitores de retorno dos artistas no palco e a canais de captação exteriores como rádio, tv, internet e gravação. Eventuais problemas podem acontecer neste complexo circuito, desde

pontuais problemas em cabos de instrumentos até problemas de manutenção nos amplificadores que impulsionam o som ao público, podendo fazer com que a característica sonora final seja percebida com falta de potência, com distorções ou até resultando na falha total do sistema, prejudicando de forma contundente o desempenho do espetáculo.

Entre outros serviços que fazem parte do evento musical e que podem interferir no bom funcionamento, pode-se destacar o corpo de segurança. Esta equipe deve ser devidamente capacitada, uma vez que trabalha diretamente com a preservação da segurança local, na coibição da violência e na prevenção de crimes.

Pode-se citar ainda a contratação de local adequado para espetáculos, observando a necessidade da existência de saídas de emergência e de infraestrutura segura. Em caso concreto que será abordado nos próximos tópicos do presente estudo poderá ser verificada situação em que, após mudança do local da realização do evento Rep Festival para área aberta semelhante à de fazenda, ocorre acionamento da organização do evento por problemas relacionados à segurança pela condição de solo encharcado com presença de sapos e cobras, entre outros.

Existe a necessidade de contratação de empresa de saneamento básico e de limpeza a qual forneça banheiros químicos em quantidade condizente ao número de participantes do evento.

Também se faz indispensável a contratação de corpo de médicos, enfermeiros, ambulância e equipamentos de primeiros socorros junto a um hospital da região para que, em casos urgentes (ou emergentes) durante a execução da festividade, os primeiros socorros sejam devidamente prestados.

O fornecimento de produtos e prestação de serviços relacionados à alimentação, como lanches, água e bebidas alcoólicas é tido como um dos setores com mais retorno financeiro dentro da dinâmica dos eventos. Da mesma forma, é considerado um dos serviços de maior responsabilidade dentro dos festivais por se apresentar diretamente ligados à saúde e bem-estar dos participantes. Se faz necessário o planejamento dos postos de fornecimento para que sejam suficientes e oportunamente espalhados pela área do evento, facilitando o acesso dos consumidores. O mal condicionamento dos alimentos a serem disponibilizados ao público pode resultar em grandes problemas, por exemplo, nas esferas civil, administrativo e penal.

Destacam-se ainda os serviços de decoração, fornecimento de estruturas de camarins, palco, grids, rampas de acessibilidade, divulgação etc. Muitos são os meios que podem ser utilizados para a divulgação dos eventos, destacando-se o uso de jornais, revistas, emissoras de rádio e TV, distribuição de folhetos e utilização da internet (Matias, 2013).

Ao tornar possível que a oferta do evento musical chegue ao conhecimento do consumidor, surge ao fornecedor obrigações previstas nas leis consumeristas.

O próximo capítulo possibilitará a análise do princípio da vinculação da oferta, assim como melhor entendimento sobre aqueles responsáveis pelo cumprimento da oferta, além das consequências jurídicas pelo que ocorrem pelo seu descumprimento.

3 A OFERTA NO MERCADO DE CONSUMO

Toda oferta em relação a produtos e serviços vincula o fornecedor ofertante, obrigando-o ao cumprimento daquilo que ele oferecer, podendo o consumidor, em caso de descumprimento, exigir-la do fornecedor por meio de execução específica, forçada, da obrigação de fazer (Nunes, 2024).

Essencialmente, as normas do corpo de leis consumeristas existem para proteger o consumidor na realidade de desigualdade que ocorre entre o fornecedor dos serviços e o consumidor. Tais normas buscam o equilíbrio na relação levando em conta a igualdade material, qual seja o tratamento dos desiguais na medida de suas desigualdades.

O princípio de protecionismo do consumidor pode ser percebido no art. 1º da Lei 8.078/1990, a qual disponibiliza normas de ordem pública e de interesse social nos termos do art. 5º, XXXII, assim como o art. 170, V, da Constituição Federal Brasileira.

Este capítulo possibilitará a análise de questões relacionadas à dinâmica da oferta e suas consequências jurídicas inseridas na relação consumerista.

3.1 A OFERTA E SEU CARÁTER VINCULANTE

Na dinâmica dos espetáculos musicais para os quais o consumidor paga ingresso, as informações publicizadas sobre atrações, local, data e preço caracterizam a oferta do serviço. Faz-se, então, importante a análise sobre o conceito de oferta nesse contexto, sobre o princípio da vinculação da oferta encontrado no art. 30 do CDC, assim como a observação sobre a responsabilidade do cumprimento da oferta.

O CDC revelou o instituto da oferta como qualquer informação (telemarketing, orçamentos) ou publicidade (anúncios, outdoor) suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obrigando o fornecedor que a fizer veicular e integrando o contrato que vier a ser celebrado. Dessa forma, ficou caracterizada a obrigação pré-contratual, iniciando um processo obrigacional com o fornecedor de acordo com princípio da vinculação, possibilitando ao consumidor exigência daquilo que foi ofertado (Giancoli, 2024).

Inserida no contexto da lei consumerista, a oferta, mesmo quando sua informação constar insuficientemente precisa, não invalida a condição da oferta, uma vez que o CDC impôs ao fornecedor o dever de informar completamente ao consumidor acerca de sua oferta (Cavaliere Filho, 2022).

Para a divulgação desses eventos, diversos meios são utilizados. São observados o uso de outdoors espalhados pelas cidades, distribuição de panfletos, publicidades em sistema de rádio e TV, assim como o uso da internet.

As informações presentes nas publicações têm o objetivo de divulgação dos eventos e normalmente acontecem da forma mais atraente possível ao consumidor. Uma vez que essa publicidade usa de estratégias para seduzir e influenciar na decisão do consumidor, proteções importantes à sociedade de consumo foram postas pelo legislador, especialmente o artigo 30 do CDC:

CDC - Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

A partir desse artigo, a informação e a publicidade, desde que suficientemente precisas, integram o termo de oferta, sendo ela um veículo que transmite uma mensagem, incluindo a informação e a publicidade, mensagem esta que é emitida pelo fornecedor e recebida pelo consumidor (Garcia, 2008).

A publicidade pode abranger os anúncios televisivos, de rádio, jornal, revista, cinema, assim com os constantes de folhetos e de materiais entregues (Nunes, 2024).

Sendo assim, o produto ou serviço deverá estar na exata medida como previsto no meio de oferta, sob pena de o fornecedor prestador responder pelos vícios ou danos causados, devendo também, se for o caso, substituir o produto ou executar novamente o serviço (Tartuce, 2024).

Percebe-se que o código de proteção do consumidor se mostra estabelecido a partir da ideia de que o consumidor possa ter direito a obter produto ou serviço que atenda ao binômio da adequação e da qualidade a partir de uma escolha bem-informada, sendo preciso para isso, a possibilidade de se ter acesso à informação adequada e protegida de engano (Silva Neto, 2013).

Nesse contexto que se apresenta a regulação do artigo 31 do CDC:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

O art. 31 complementa o art. 30 ao dar exemplos das características necessárias a oferta e apresentação, sendo necessárias informações corretas, claras, precisas, ostensivas, em língua portuguesa, de forma cabível, E ainda em relação ao serviço, informações sobre a qualidade, quantidade, características, composição, preço entre outras (Nunes, 2024).

3.1.1 Força vinculativa da oferta

Feito o anúncio do evento musical, essa oferta já será suficiente para criar um vínculo entre fornecedor e o consumidor, surgindo uma obrigação pré-contratual, devendo o fornecedor cumpri-la nos exatos termos anunciados, vinculando-o contratualmente (Garcia, 2008).

Faz-se interessante a característica de que o CDC, diferentemente do Código Civil, avançou a proteção do consumidor até a fase a pré-contratual, não só para aqueles que manifestarem interesse pela aquisição do serviço, mas também para a coletividade indeterminada de consumidores (Khouri, 2020).

Logo, surge o fenômeno da vinculação, ou seja, oferecida a mensagem, fica o fornecedor a ela vinculado, podendo o consumidor que comprou ingresso para o evento exigir seu cumprimento forçado nos termos do art. 35 do CDC, tendo esta oferta caráter objetivo, servindo inclusive como elemento comprobatório de sua existência e vinculação (Nunes 2024).

Ou seja, dois requisitos são necessários para incidência do princípio da vinculação. O primeiro requisito é que haja a vinculação da informação, informação que chega ao consumidor. Como segundo requisito, que a oferta seja suficientemente precisa, não devendo ser levado em consideração o simples exagero (*puffing*), como as expressões exageradas do tipo “o melhor show do mundo”, ou “as melhores bandas de todos os tempos” (Benjamin *et al.*, 2016).

Em relação ao (*puffing*), importante perceber que uma vez que a afirmação do anunciante, por mais exagerada que seja, induza o consumidor ao erro, configura-se a publicidade enganosa. Desta forma, só a vagueza absoluta e inofensiva do anúncio

permitirá a isenção da responsabilidade do anunciante do show. Observa-se também casos nos quais o anúncio do espetáculo tenha mais de um sentido. Nesses casos, basta que um deles apresente-se de forma enganosa para que a mensagem como todo passe a ser considerada enganosa. Como exemplo, anúncios de shows de bandas podem ser vinculados como os artistas “originais” quando na realidade são apresentados por covers (Benjamin *et al.*, 2016).

3.1.2 Quais situações permitem que a oferta não seja cumprida?

Como já visto, uma vez que certa empresa promotora de eventos participe da publicação de um espetáculo musical, fica ela vinculada à oferta, surgindo sua exigibilidade. Todavia, alguns casos específicos permitirão o não cumprimento de uma oferta.

Imagine-se a divulgação de um evento musical em que conste informação errada sobre as atrações. Existe discussão entre a doutrina sobre a possibilidade ou não da retratação do fornecedor em relação à sua oferta publicizada.

Para Silva Neto (2013), existe a possibilidade do fornecedor se escusar da obrigação de cumprir com a condição ofertada quando há retratação em tempo hábil, todavia, o fornecedor jamais teria o direito de não honrar uma oferta válida e vigente. Contudo, a partir de uma retratação efetiva, aquela oferta deixaria de existir. Também nesse sentido a posição de que a finalidade da oferta é a proteção das expectativas legítimas do consumidor, de modo que, quando se tratar de erro grosseiro, do qual não resultem tais expectativas legítimas, seria de admitir a possibilidade de ratificação (Miragem, 2024).

De forma um pouco diferente, Nunes (2024) alega a não possibilidade de erro escusável, a impossibilidade de o fornecedor voltar atrás na oferta no caso de agir em erro ao vinculá-la.

Talvez não seja a melhor situação para o consumidor que tenha adquirido ingresso para o evento sem tomar conhecimento de sua retratação. Neste sentido, Silva Neto (2013) complementa que há de se usar o bom senso ao sugerir que o fornecedor possa fazer uma compensação pelas despesas percebidas pelo consumidor como gastos com transporte, alimentação, além de uma compensação pelo tempo gasto.

Outra situação seria o anúncio de festival com preço de ingresso errado, bem abaixo do preço praticado pelo mercado. Em situações como essa, há a indagação da possibilidade de o consumidor adquirir ingresso pagando o preço vinculado erradamente pelo fornecedor.

Em respeito ao princípio da boa-fé objetiva, aquele que prevê que o fornecedor e consumidor devem agir com base na lealdade e confiança, tem-se entendido que o preço correto é o que deve ser pago. Isso acontece em casos chamados de “erro grosseiro”, ou seja, aquele erro que facilmente o consumidor tem condições de verificar ser um equívoco (Garcia, 2008). É o que se verifica, como exemplo, em caso de venda de ingressos para evento de réveillon que incluía alimentação, bebidas e atração musical internacional que, por erro de digitação, tenha seu preço veiculado erroneamente com o valor de dez reais enquanto seu preço correto seria de mil reais. Não restam dúvidas que o preço cobrado erroneamente se configura como erro grosseiro e um desequilíbrio contratual, logo, assim como o “*puffing*”, tende a não obrigar o fornecedor.

Os princípios da boa-fé e o equilíbrio contratual são pressupostos de toda a relação de consumo, possibilitando ao fornecedor pode recusar-se cumprir a oferta por esse erro grosseiro acontecer de forma tão flagrante (Nunes, 2024).

3.2 RESPONSÁVEIS PELO CUMPRIMENTO DA OFERTA

Compreendida a questão da oferta e seu caráter vinculante, resta explorar os responsáveis pelo cumprimento da oferta.

Na dinâmica dos eventos com apresentações musicais, o fornecedor aparece como o anunciante direto, aquele que paga e dirige a preparação e veiculação do anúncio, mas também na figura do anunciante indireto, seja aquele que da mesma forma aproveita o anúncio de terceiro para realizar suas atividades (Benjamin *et al.*, 2016). Sendo assim, a responsabilidade pelo cumprimento da oferta recai sobre o fornecedor, sendo esse fornecedor aquele que presta diretamente o serviço (Nunes, 2024).

Haja visto que os eventos musicais envolvem cadeia de fornecedores, além da figura central e direta de quem promove e organiza o evento, a responsabilidade pode recair também aos vários setores de fornecimento de serviços complementares, como fornecimento de alimentos e bebidas.

Nesse caso, o produtor ou produtora do evento, ao veicular a oferta do evento, aparece como responsável por seu cumprimento. Todavia, isto não impede que outros fornecedores indiretos que tenham participado da relação e do ciclo que gerou um dano também respondam de forma solidária, como é o caso das empresas terceiras prestadoras de serviços e fornecedoras de produtos relacionados à realização do evento. Todos são responsáveis na medida de suas participações (Nunes, 2017).

Ressalta-se que com base na teoria do risco do negócio, o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu a responsabilidade objetiva dos fornecedores pelos danos advindos dos defeitos de seus produtos e serviços. Excetuando-se a responsabilidade do profissional liberal, não interessando a questão da culpa para tais relações de consumo uma vez que existe dificuldade ao consumidor para demonstrar a culpa do fornecedor (Nunes, 2024).

Quando o fornecedor presta serviços ao consumidor ele se responsabiliza, independentemente de culpa, por todos os danos que seus serviços venham a causar (Khouri, 2020).

De acordo com o artigo 14 do CDC, “o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem”.

Verifica-se que o legislador colocou fornecedor como gênero que inclui todos os participantes da cadeia de oferecimento de produtos e serviços. Neste caso, fornecedor de serviço como o próprio prestador, ou seja, pessoa física ou jurídica que entrega a prestação. É certo que serviços podem ser prestados com a contratação de terceiros, como serviços de alimentação, segurança e sonorização nos casos dos eventos musicais. Ficam todos esses responsáveis objetivamente por acidentes de consumo causados pelo serviço prestado (Benjamin *et al.*, 2016).

Ao passo que problemas podem acontecer antes e durante a realização dos eventos musicais, diferentes consequências em relação à não prestação de serviços podem acontecer. Um breve estudo sobre defeitos na prestação dos serviços demonstrará os tipos de responsabilidades envolvidas, assim como as opções do consumidor que pagou ingresso para usufruir destas apresentações.

3.2.1 Vícios nos serviços prestados em relação aos eventos musicais

Ao analisar problemas que porventura possam se fazer presentes nas apresentações musicais, como a falta de uma das atrações previstas no cronograma de um festival, tempo de apresentação abaixo do razoável decorrente de problemas técnicos, cancelamento de festival poucos minutos após seu início por problemas de questões meteorológicas, se faz importante o conhecimento de termos do direito consumerista que tratam de problemas relacionadas à fiel prestação do serviço. São eles o vício e defeito.

3.2.2 Vício e defeito

São considerados vício na prestação do serviço, características de qualidade ou quantidade que torne esse serviço impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina e que também lhe diminua o valor. Dessa forma, o vício pode ser considerado problema que faça o serviço apresentar características como funcionamento insuficiente (Nunes, 2024).

Pode-se perceber vícios na prestação do serviço dos eventos musicais através de falhas na qualidade de sonorização, atrasos por problemas técnicos que comprometam a duração das apresentações, a ausência de alguns dos artistas anunciados para o evento, entre outros.

Nos casos em que os serviços dos eventos musicais sejam mal prestados, contenham vícios, respondem por eles todos os fornecedores envolvidos, seja por vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, como também os decorrentes da disparidade quase indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária (Tartuce, 2024).

O vício é visto como um defeito menos graves reservado ao produto ou serviço em si, não comprometendo a segurança do serviço, mas comprometendo sua qualidade, valor ou fruição (Cavaliere Filho, 2022).

Ao se falar em defeito, fala-se em vício acrescido de um problema extra, algo extrínseco ao produto ou serviço. O defeito causa, além do dano do vício, outro dano maior que simplesmente o mau funcionamento do serviço. São danos que alcançam o patrimônio jurídico material, moral, estético ou até a imagem do consumidor (Nunes, 2023).

O fato do serviço ou defeito está tratado pelo artigo 14 do CDC, gerando também a responsabilidade civil objetiva e solidária entre todos os envolvidos com a prestação, ficando claro que, nesses casos, a responsabilidade civil dos profissionais liberais apenas existe havendo culpa de sua parte - responsabilidade subjetiva (Tartuce, 2024).

O fato do serviço é um acontecimento externo, que ocorre no mundo exterior, que causa dano material ou moral ao consumidor (Cavaliere Filho, 2022).

O defeito pode ser entendido como anomalias constatadas em serviços que não apenas os torna inadequados para os fins a que se destinam, como também anomalias causadoras de danos aos seus consumidores, o então que representa risco à vida, à saúde ou segurança dos efetivos ou potenciais consumidores (Filomeno, 2016). Como exemplo, percebe-se dano patrimonial referente a gastos que vão para além dos da compra de ingresso em caso de espetáculo musical que ocorre em cidade diferente àquela que reside o consumidor. Nesse exemplo, outras despesas são experimentadas pelo consumidor para que se possibilite seu comparecimento ao local e data do evento. Fala-se em despesas como passagens, hospedagem, alimentação, entre outras.

Sendo assim, no caso dessa apresentação vir a ser cancelada no dia previsto para sua execução, vários são os problemas que podem ser experimentados pelo consumidor, que vão para além da própria frustração de não presenciar o show. Tais danos patrimoniais se mostram extrínsecos à relação de consumo a qual se pagou ingresso para apresentação e podem ser considerados defeitos da relação de consumo.

Com base nesse exemplo, é possível que se faça uma análise em relação aos vícios percebidos em prestações de serviços relacionados aos espetáculos musicais assim como dos responsáveis pelo cumprimento da oferta.

No caso de haver serviço defeituoso levando o consumidor que pagou ingresso a ter problemas extrínsecos ao próprio serviço, fica o fornecedor responsável pelo dano causado. O fornecedor deverá indenizar a vítima como forma indireta de socializar os custos (Silva Neto, 2013).

De toda forma, ainda que em determinada situação exista defeito e dano, só existirá responsabilidade do fornecedor se houver nexos causal entre o defeito e o dano, devendo a relação ser direta e não meramente associativa, possível ou provável (Silva Neto, 2013).

Para análise dos vícios na prestação de serviço, é de fácil compreensão que vários são os problemas que podem acontecer antes e durante a execução de um espetáculo musical. Problemas relacionados à infraestrutura da montagem do palco, relacionados à estrutura de aplicadores de som, à sonorização do palco, ao traslado dos artistas até o local do evento, à própria saúde dos artistas, entre tantos outros.

Ao se tomar como exemplo situação em que o sistema de sonorização sofra pane técnica que impossibilite seu funcionamento e a continuação normal de um espetáculo musical, porém, em que o artista, por vontade própria, permaneça no palco e reconduza sua apresentação apenas ao som acústico de um violão, alguns vícios na prestação do serviço podem ser percebidos, conforme artigo 19 do CDC.

Continuar o show interrompido apenas acompanhado por um violão pode caracterizar um vício de qualidade do serviço, caso seja este espetáculo apresentado para milhares de pessoas em campo aberto, fazendo com que muitos não consigam ouvir a execução do artista. Para Rizzatto Nunes (2024), vício de qualidade do serviço é aquele que torna o serviço impróprio ao consumo ou lhe diminua o valor. Observa-se que, de tal forma, o serviço é prestado de forma inadequada, uma vez que sua execução tem eficiência reduzida, não apresentando-se de forma esperada e desejada pelo consumidor.

Cabe, ainda, a interpretação, nesse caso, do vício de quantidade do serviço uma vez que sua execução tenha sido interrompida, podendo estar em desacordo com as indicações constantes da oferta.

Nesses casos de vício no serviço ficam os fornecedores diretos e indiretos responsáveis pelos danos. Ou seja, tanto nos casos de responsabilidade civil pelo vício de serviço quanto nos casos de responsabilidade civil pelo fato do serviço, há responsabilidade e solidariedade entre todos os envolvidos na prestação (Tartuce, 2024).

Diante do caso de o Código criar um dever geral de indenização por danos provocados pelos acidentes de consumo na forma de solidariedade, como quem paga ao consumidor pode não ser sozinho, o causador do prejuízo, ou ainda nem ser o real causador, cabe a esse fornecedor o direito de regresso, sendo a possibilidade de receber de volta aquilo que tenha pagado ao consumidor de forma antecipada (Benjamin *et al.*, 2016).

De toda forma, o CDC, em seu artigo 12, parágrafo terceiro, alertou para o fato de que a responsabilidade do fornecedor pode não ser admitido em todos os casos. Este dispositivo tratou das causas excludentes de responsabilidade, quais sejam:

Art. 12 [...] § 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. (Brasil, 1990, cap. IV, art. 12).

Pode-se perceber que o código não trouxe de forma expressa os casos de caso fortuito e força maior entre as hipóteses de excludentes de responsabilidade, entretanto a jurisprudência tem entendido que podem sim ser formas excludentes, porém tendo de se observar o tipo de fortuito. Apenas os fortuitos externos, também chamados de fortuitos próprios, excluem a responsabilidade do fornecedor. Fortuitos internos, também chamados de fortuitos impróprios, ou seja, aqueles relacionados aos riscos do negócio, não teriam o condão de excluírem a responsabilidade (Silva Neto, 2013).

Acontece por exemplo em casos de falta de energia durante o evento qual não teve disponibilizado de forma preventiva por parte dos organizadores geradores de energia para eventuais emergências. Assim como também em relação a equipamentos técnicos que por sua importância, necessitam de outras unidades reservas à disposição para que haja redundância quanto à segurança do evento.

3.2.3 Responsabilidade por vício de qualidade do serviço

Em relação à responsabilidade por vício de qualidade do serviço e às opções do consumidor pelo não cumprimento da oferta, em casos que impossibilitem o adequado exercício do evento musical, ao contrário do que acontece em relação ao vício de qualidade dos produtos (art. 18 CDC) no qual fornecedor tem 30 dias para suprir o vício e somente depois o consumidor pode exercer o direito de substituição, restituição ou abatimento de preço. No caso do vício de qualidade do serviço (art. 20 CDC) não existe tal prazo para o fornecedor, ou seja, uma vez verificado o vício na prestação do serviço, o consumidor poderá exigir de forma imediata as garantias oferecidas por lei (Nunes, 2024).

Percebe-se que o CDC estabeleceu novo dever jurídico para o fornecedor na forma do dever de qualidade, de só fazer lançamentos no mercado de produtos inteiramente adequados ao consumo a que se destinam (Cavaliere Filho, 2022).

Poderá o consumidor escolher entre as alternativas, sem necessidade de justificativa, a reexecução do serviço, quando possível, ou a reexecução parcial do serviço, ou ainda a restituição imediata da quantia paga sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

O artigo 20 do CDC fala:

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade. (Brasil, 1990, cap. IV, art. 20).

No caso do consumidor que pagou ingresso para espetáculo musical no qual não tenha sido possível a apresentação de um ou mais artistas, o caso concreto deverá ser analisado para se verificar a possibilidade das opções dadas ao consumidor, uma vez que se sabe que o serviço, quando prestado, deve ser adequado para os fins que razoavelmente dele se esperam (Garcia, 2008).

Em se tratando da reexecução quando possível, devido à complexidade estrutural e à disponibilidade de agenda em se tratando de artistas internacionais, poderá existir casos que impossibilitem esta opção.

Já no caso de reexecução parcial do serviço, quando possível, em situação em que apenas um dos artistas não tenha se apresentado, ocorrerá a não necessidade da realização de todo serviço de festival musical para garantir o pleno saneamento do vício (Nunes, 2024). Uma apresentação em separado, em outro dia, apenas do artista que não tenha se apresentado no dia do evento pode ser uma solução equilibrada ao vício na oferta, porém nem sempre sendo possível, como no caso de o evento ser uma festa de casamento. Percebe-se ainda a possibilidade de não alcançar os defeitos na forma de perdas em relação a gastos de viagem e hospedagem.

O inciso II traz a possibilidade da restituição imediata da quantia paga. Acredita-se que esta é uma das soluções mais adequadas, inclusive por prever em seu texto a possibilidade das perdas e danos. Obviamente, razoável seria a restituição de parte da quantia paga equivalente à porcentagem do serviço que não tenha sido executado, através de simples cálculo aritmético pelo uso da regra de três, quando possível (Nunes, 2024).

A possibilidade de se pleitear perdas e danos também deve ser analisado a cada caso. O direito a perdas e danos somente nascerá após se constatar a impossibilidade ou a desistência do saneamento do vício. Assim sendo, em casos que haja possibilidade e que seja resolvido, fica impossibilitado o consumidor de fazer o pleito indenizatório (Nunes, 2024).

Nesse caso, é preciso que o consumidor demonstre o dano, o nexo de causalidade entre ele e a impossibilidade da reexecução do serviço, ou entre ele e a desistência de refazê-lo, entre a negativa de reexecução parcial ou total do serviço por parte do fornecedor, ou entre a manutenção do vício após a reexecução parcial ou total feita pelo fornecedor (Nunes, 2024).

O ônus da prova do dano e do nexo de causalidade entre ele e a impossibilidade, desistência ou negativa de reexecução do serviço ou, ainda, manutenção do vício após a reexecução é do consumidor, mas pode e deve ser invertido nas hipóteses previstas no art. 6º, VIII, do CDC, ou seja, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

De acordo com inciso III do artigo 20 do CDC, se faz possível abatimento proporcional do preço na exata medida do vício ocorrido, dessa forma, sendo possível que o consumidor tenha a devolução de parte do preço pago pelo ingresso.

3.2.4 Responsabilidade dos profissionais liberais

No fato do serviço, o CDC abriu exceção em relação ao sistema de responsabilidade objetiva em favor dos profissionais liberais. Dessa forma, os profissionais liberais, mesmo na posição de prestadores de serviço, respondem subjetivamente. A definição do profissional liberal, embora não sendo encontrada uniformidade entre os doutrinadores, pode ser entendido como pessoa que exerce atividade especializada de prestação de serviço de natureza intelectual e técnica,

podendo ter formação universitária ou não, exercendo a profissão livremente, de forma autônoma e sem subordinação (Cavaliere Filho, 2022).

3.3 CONSEQUÊNCIAS JURÍDICAS DO NÃO CUMPRIMENTO DA OFERTA

Nos casos em que o fornecedor se recusa a cumprir a oferta de serviço musical, o CDC disponibilizou opções ao consumidor, inclusive a de exigir o cumprimento forçado da oferta. Ao analisar o art. 35 da Lei consumerista, percebe-se novamente a proteção à parte vulnerável da relação ao possibilitar a livre escolha das opções por parte do consumidor, assim como também a natureza da responsabilidade objetiva em relação ao dolo ou culpa do fornecedor:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos (Brasil, 1990, cap. V, art. 35).

O adquirente de ingresso, no caso da recusa do fornecedor, pode optar entre o cumprimento forçado da obrigação, aceitar uma prestação de serviço equivalente, ou então a rescisão do contrato com a restituição da quantia paga de forma atualizada.

Qualquer que seja a opção escolhida pelo consumidor, poderá ainda pleitear indenização pelos eventuais danos sofridos em decorrência da quebra da confiança, mesmo que esta possibilidade esteja contida em apenas em uma das alternativas, assim como se tem mesmo entendimento em relação aos artigos 18, 19 e 20 desse mesmo código (Garcia, 2008).

A opção daquele que pagou ingresso é feita sem a necessidade de uma justificativa o fundamento. A simples escolha, manifestação de vontade já se faz suficiente (Nunes, 2024).

Interessante perceber que na dinâmica dos espetáculos musicais, a exigência do cumprimento forçado da obrigação ou aceitação da prestação de um serviço equivalente podem ser inviáveis simplesmente pela ocasião vinculada ao evento, como, por exemplo, uma data especial, ou ainda pelo caráter personalíssimo da contratação. Observa-se o caráter personalíssimo no caso citado quando

apresentação musical está atrelada a um determinado artista de modo a não fazer sentido sua substituição por outro, uma vez que sua obra artística tenha sido fator relevante para a decisão da compra de ingresso. Da mesma forma, exigência do cumprimento forçado pode deixar de alcançar a oferta de forma satisfatória. É o caso em que, por falta de condições técnicas e indisponibilidade de equipamentos apropriados, apenas metade dos integrantes de uma banda estejam possibilitados se apresentar.

Os danos percebidos pelo não cumprimento da oferta do evento musical pode transcender dano meramente patrimonial, afetando a esfera psíquica do consumidor (Silva Neto, 2013).

Em relação a terceira opção possibilitada ao consumidor na forma de rescisão do contrato e direito à restituição, perdas e danos, se faz interessante perceber que esta situação não se confunde com a possibilidade de perdas e danos advindos da situação em que ocorre o vício e o defeito.

No caso relacionado ao vício e ao defeito, o consumidor encontra-se no usufruto do serviço. Já no caso de haver recusa na prestação da oferta o serviço ainda não foi prestado, dessa forma o dano surge desta negativa do cumprimento (Nunes, 2024).

Qualquer que seja a opção do consumidor, importante perceber que a negativa de cumprimento da oferta por parte do fornecedor não pode ser justificada pela ausência de culpa ou dolo em relação ao anúncio vinculado em relação ao evento musical, uma vez que sua responsabilidade é objetiva.

3.3.1 Responsabilidade civil, penal e administrativa no direito do consumidor

Na busca da efetiva prevenção e reparação dos danos e da proteção da vida, saúde e segurança, observa-se que o código de defesa do consumidor prevê sanções civis, administrativas e penais para os fornecedores que ocorrerem de forma ilícita em relação ao mercado de consumo (Benjamin *et al.*, 2016).

Desta forma, além da proteção civil observada na situação de descumprimento da oferta em relação aos eventos musicais para o qual se pagou ingresso, o código prevê também a possibilidade de aplicação de sanções administrativas e penais ao fornecedor em busca da efetivação da proteção do mercado.

As sanções administrativas estão previstas no código de defesa do consumidor em seu capítulo VII. O art. 55 define poderes aos entes federativos para fiscalizar, regularizar e controlar o mercado de consumo. Essas sanções administrativas estão previstas no art. 56 divididas em sanções pecuniárias, na forma de multa aplicada ao infrator, também na forma de sanções objetivas podendo ocorrer apreensão, suspensão do fornecimento de serviço, entre outros, também na forma de sanções subjetivas que são aquelas que incidem na atividade do fornecedor, aquelas que podem ocorrer na forma de suspensão temporária da atividade, cassação de licença da atividade, interdição administrativa, entre outras formas (Garcia, 2008)

Estas sanções podem ocorrer de forma cumulativa entre elas, assim como cumulativamente em relação à natureza civil e às sanções penais.

Como já visto, o Código de defesa do consumidor também trata de infrações penais.

Trata-se de crimes contra as relações de consumo que ocorrem sem prejuízo do Código Penal e de leis especiais.

São crimes próprios em que há um sujeito ativo na forma de fornecedor e o sujeito passivo na forma de consumidor (ou a ele equiparado), além de um objeto material como produto ou serviço. Tais condutas tipificadas no sistema consumista constituem os crimes de perigo, bastando a simples manifestação da conduta para caracterizar a ilicitude (Garcia, 2008).

De forma a exemplificar as infrações penais relacionadas à dinâmica dos eventos musicais, pode-se citar o art. 65 do CDC:

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:

Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte (Brasil, 1990, tit II, art. 65).

Visto que alguns dos serviços prestados de forma indireta nas realizações de eventos e festivais musicais necessitam da permissão de autoridades competentes como corpo de bombeiros e vigilância sanitária, ao exemplo de atividades de tirolesa e rapel, queima de fogos de artifício e instalações de sistemas suspensos de painéis de led, serviços esses que, por sua natureza, envolvem riscos mesmo quando executados de forma adequada, no caso de sua execução sem autorização de autoridade competente fica caracterizada infração penal prevista com pena de detenção de seis meses a dois anos e multa (Silva Neto, 2013).

Para os crimes de perigo elencados pela defesa consumerista, consumação do delito aparece simplesmente pela exposição ao risco (Benjamin *et al.*, 2016).

Neste caso, o que se pune é a execução de serviços manifestamente perigosos contrariando a determinação das autoridades competentes. Se faz necessária a complementação da norma pelas autoridades competentes as quais determinam quais especificações devem ser atendidas para execução dos serviços em questão (Filomeno, 2016).

4 A OFERTA DE CONSUMO DE EVENTOS MUSICAIS: IMPLICAÇÕES DO SEU DESCUMPRIMENTO

Percebida a complexidade envolvida na organização dos eventos musicais que podem abarcar uma pluralidade de áreas em relação à prestação de serviços, resta a abordagem das implicações do descumprimento da oferta.

A apresentação de casos reais possibilitará a análise dos elementos da oferta, das opções do consumidor diante o descumprimento e ainda aspectos sobre indenização e responsabilização.

4.1 ELEMENTOS DA OFERTA NOS EVENTOS MUSICAIS E SITUAÇÕES CARACTERIZADORAS DO SEU DESCUMPRIMENTO

Com a oportunidade de se aprofundar nos casos práticos envolvendo os direitos dos consumidores que experimentam problemas em relação aos eventos musicais, este capítulo tratará dos elementos básicos da oferta envolvidos na dinâmica dos eventos musicais os quais poderão ser analisados em relação a problemas comumente encontrados nestes eventos, sejam tribulações como cancelamentos, mudança de atrações em cima da hora ou mesmo situações técnicas que impossibilitem as apresentações.

Apesar da organização esperada para o sucesso de um evento musical, problemas como atrasos, troca na ordem das atrações, engarrafamentos de veículos nas vias de acesso, filas nos portões do local do evento são situações que estão naturalmente inseridas na dinâmica das apresentações e que podem ter viés de razoabilidade em relação aos aborrecimentos percebidos pelos consumidores.

De outra forma, problemas maiores podem acontecer ensejando no descumprimento parcial ou total da oferta.

Ao se tratar dos elementos da oferta, o CDC trouxe em seu artigo 31 rol exemplificativo para complementar a regulação da oferta presente no artigo 30:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa

sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

O artigo 31 trouxe elementos que integram a oferta, porém pode-se perceber que nem sempre tais elementos estão presentes nos anúncios relacionados a shows e festivais musicais.

Uma vez que os tipos de produtos e serviços oferecidos podem ser diversos, os elementos contidos na oferta podem mudar de acordo com a natureza do produto ou serviço, em certos casos não sendo exigida a apresentação de todos os elementos dispostos na norma (Nunes, 2024).

São comumente encontradas na dinâmica dos eventos musicais anúncios com informações relacionadas ao local, data, hora, atrações, preços etc.

Assim sendo, ao passo que o artigo 30 tem o poder de fazer prevalecer a oferta em relação a cláusulas contratuais, todos esses elementos supracitados, mesmo ocorrendo falta de alguns dos elencados no artigo 31, passam a integrar automaticamente o conteúdo do serviço (Tartuce, 2024).

Para o início da análise dos elementos relacionados aos eventos musicais, relembra-se que as informações das ofertas feitas devem ser consideradas completas, de fácil entendimento ao homem médio e mantendo ligação com preceitos da boa-fé objetiva e da transparência exigidas na fase pré-negocial (Tartuce, 2024).

4.1.1 Local do evento

O local anunciado para o evento deve ser adequado, oferecer infraestrutura e estar condizente com a segurança. Algumas legislações abordam medidas de segurança que devem ser implementadas pelas casas de espetáculos, boates e locais destinados a eventos musicais etc. Algumas dessas medidas dizem respeito à higiene local, outras estabelecem regras sobre a obrigatoriedade da existência de saídas de emergência, assim como são observados aspectos de acessibilidade.

A Lei nº 13.425/2017 estabeleceu regras de segurança, prevenção e proteção contra incêndios em estabelecimentos de reunião de público após casos de acidentes como o incêndio ocorrido na Boate Kiss em 27 de janeiro de 2013, na cidade de Santa Maria, RS. Na ocasião, um incêndio provocado por inobservâncias de segurança

envolvendo fogos de artifício e falta de saídas de emergência adequadas resultou na morte de 242 pessoas.

O local escolhido para a realização do evento deve proporcionar a segurança que se espera do serviço, inclusive com o suporte de prevenção para possíveis problemas relacionados ao local do serviço. Como exemplo pode-se citar o escoamento adequado de água para casos de grande volume de chuva, evitando situações de lama e sujeira. Outro exemplo diz respeito à qualidade do ar no interior do estabelecimento devendo ser observada a ventilação adequada e meios de manutenção de temperatura e renovação do ar para casos em que o evento seja realizado em local fechado.

A mudança do local da realização do evento sem que haja comunicação prévia ao consumidor com antecedência razoável pode gerar problemas ao fornecedor. Observa-se caso extremo relacionado à mudança de local quando organizador de evento estabelece novo local para realização algumas horas antes do início do evento. Desde que não haja motivo legítimo que o desobrigue, acontece uma desconformidade em relação à oferta vinculada, podendo chegar a atingir custos externos ao valor do ingresso pago, haja visto a necessidade de deslocamento até o novo local do evento.

4.1.2 A hora do evento

O anúncio da oferta deve conter, de forma clara, a data e a hora do evento musical. Nesse contexto, o artigo 31 do CDC trouxe a necessidade de a informação contida na oferta ser precisa. Tal requerimento objetiva que a comunicação do fornecedor vá direto ao ponto, encaminhando o consumidor à informação principal e relevante (Silva Neto, 2013).

Não é o que acontece nos casos em que o anúncio do evento esconde ou omite a hora da apresentação de um artista com a intenção de atrair o público para uma atividade secundária anterior ao espetáculo musical. Essa prática acontece, por exemplo, quando uma empresa deseja usar do poder de atração de um artista para criar tráfego para seu negócio comercial.

Como no Brasil, por questão cultural, as pessoas costumam atrasar compromissos, talvez seja este o motivo da não divulgação das horas de cada atração em festivais musicais. Pequenos atrasos entre apresentações podem ser encarados

como mero aborrecimento diante da complexidade técnica envolvendo a troca e passagem de som entre bandas.

Contudo, em se tratando de eventos de maior magnitude, estratégias relacionadas aos horários devem ser observadas para se evitar problemas maiores. A hora da abertura dos portões, por exemplo, deve seguir uma organização com o intuito da preservação da saúde e segurança dos consumidores.

Distribuição de senhas e abertura antecipada de portões em dias com grande alteração climática são recursos utilizados pelos organizadores que mostram a intenção de preservar o bem-estar dos consumidores.

A mudança da hora da apresentação musical também deve levar ao defeito na prestação do serviço uma vez que dificulte a presença daqueles que se organizaram com antecedência para o comparecimento. Tal mudança de horário, a depender do modo de divulgação feito para informar novo horário, pode levar o consumidor a ter perdas para além dos ingressos pagos e da frustração da expectativa.

São percebidos gastos com hospedagem, alimentação e transporte, exemplos que poderão ser verificados de melhor forma em casos concretos apresentados mais adiante.

4.1.3 A data do evento

A informação da data do evento é um dos elementos mais importantes nas relações de consumo envolvendo os eventos musicais e também um dos maiores motivos ensejadores de pretensões judiciais contra fornecedores por descumprimento de oferta no mercado de shows musicais.

Como será observado em casos adiante, a mudança de data ou adiamento de show pode prejudicar de forma contundente os consumidores.

Para alguns casos, opções *a priori* dadas aos consumidores, como o ressarcimento da quantia paga, não são suficientes diante da complexidade logística para se fazer presente ao evento.

Pessoas que precisam se deslocar de avião até a cidade do evento, normalmente fazem investimento de passagem de ida e volta com data certa. Observa-se também, nesse mesmo contexto, reservas e investimentos em hospedagem.

Casos em que ocorra a mudança da data do evento podem impossibilitar a presença daquele que já pagou por hospedagem e passagens aérea e que não poderá se fazer presentes na nova data.

4.1.4 O preço

O preço é elemento nem sempre presente nas publicidades referentes aos eventos musicais. Normalmente mais observado nos pontos de venda, bilheterias ou em aplicativos de venda online de ingressos, os preços devem estar facilmente visíveis, não podendo serem utilizadas estratégias que ludibriem o consumidor a achar que o preço seja diferente do qual realmente seja (Silva Neto, 2013).

Como será observado nos casos concretos, os preços cobrados para festivais e grandes shows musicais apresentam valor considerável quando comparado ao salário-mínimo brasileiro. Eventos que cobram elevado preço em seus ingressos também geram grandes expectativas por parte dos consumidores. Se faz comum a preocupação nesses eventos em relação à disponibilização de água, distribuição de pontos de venda de alimentos, número adequado de banheiros químicos etc.

4.1.5 As atrações

Como visto em capítulos anteriores, várias são as formas que os eventos musicais acontecem. Diversos são, também, os níveis de expectativas que os consumidores têm em relação às atrações anunciadas para um evento.

Consumidores que pagam ingresso para evento musical com apresentação de um único artista/ banda têm expectativa específica em relação ao artista/ banda em questão, não sendo razoável a troca da atração por uma outra, por maiores que sejam os cuidados e a antecedência em relação à comunicação por parte dos organizadores.

De outra forma, festivais musicais podem ser realizados com pluralidade de atrações apresentadas em uma mesma data. Nas situações em que trocas de atrações sejam feitas dentro do festival, pela característica da quantidade de shows, a percepção de insatisfação do consumidor pode ficar diluída. Maior ou menor o nível de insatisfação, o vício na prestação de serviço continua a existir nesses casos, devendo-se observar o caso concreto.

Não restam dúvidas que o caráter personalíssimo do artista anunciado tem grande importância em relação à oferta musical. Como será abordado no próximo item, tais contratos levam em conta a importância da pessoa que realizará o serviço, apresentando a característica *intuitu personae*, sendo esses contratos *intransmissíveis*, ou seja, não podendo serem executados por outrem (Gagliano; Pamplona Filho, 2024).

De forma a ilustrar situações que caracterizam o descumprimento da oferta em relação aos seus elementos, o site agmt.pucsp.br (Pires, 2023) trouxe notícia de problemas relacionados a infraestrutura, segurança e atrações em festival de música realizado no estado do Rio de Janeiro:

Aquele que se intitulava “o maior festival de rap do Brasil” passou por problemas quanto ao local decidido, visto que estava marcado para o Parque Olímpico, mas de última hora houve uma alteração para Guaratiba, na zona oeste da cidade. Este evento que fez muitos fãs ansiosos saírem decepcionados, aqueles que conseguiram adentrar, logo que pela falta de planejamento o trânsito aumentou e muitos entusiastas não chegaram perto do local.

Além do trânsito, muita lama, animais como cobras e sapos, e problemas com os palcos fizeram parte dessa decepção. Com toda essa falta de infraestrutura, o Procon-RJ notificou os organizadores e os multaram no valor de R\$12 milhões por infringir regras do Código de Defesa do Consumidor (Pires, 2023).

No mesmo sentido, o site ururau.com.br (Moraes, 2023) trouxe como notícia a instauração de processo sancionatório contra organizadores do Rep festival por iniciativa do Procon-RJ:

As denúncias e reclamações recebidas pelo Procon-RJ, comprovadas através de fotos e vídeos feitos pelos consumidores, relatam que o local do evento encontrava-se insalubre, coberto de lama, dificultando a locomoção e acessibilidade, havendo, inclusive, o registro do aparecimento de cobras no espaço destinado ao público. [...] Entre os motivos que levaram a abertura do processo sancionatório contra os organizadores do evento estão o desrespeito a direitos básicos, a prestação de serviço que acarretou riscos à saúde e segurança dos consumidores, protegidos pela constituição e pelo código de defesa do consumidor, além do não cumprimento da oferta (Moraes, 2023).

O site cnnbrasil.com.br (Gabriele; Lopes, 2023) relatou informações encontradas nas redes sociais em relação aos problemas na prestação do serviço:

O festival de rap, que aconteceu em Guaratiba, na zona oeste do Rio de Janeiro, cancelou todas as atrações do último domingo (12) depois de um

sábado (11) marcado por falhas de estrutura, lama, sapos e cobras no meio do público e muitas reclamações nas redes sociais.

[...]

Atrasos nos shows, estruturas sendo montadas com o público já circulando, grandes áreas alagadas e com lama são algumas das primeiras reclamações que surgiram (Gabriele; Lopes, 2023).

Como forma de julgado sobre os problemas enfrentados pela mudança do local da realização de festival musical, fala de segurança e cancelamento de atrações, observa-se:

HELLEN CRISTINA PEREIRA DOS SANTOS propôs ação de indenização por danos materiais e morais contra RITMO E POESIA LTDA e INGRESSE - INGRESSOS PARA EVENTOS S.A. A autora alega que adquiriu um ingresso para o festival denominado REP FESTIVAL, que aconteceria na cidade do Rio de Janeiro – RJ, em 11 e 12 de fevereiro de 2023, transferindo pela plataforma da terceira recorrida. O ingresso custou R\$ 266,06, o transporte para o Rio de Janeiro custou R\$ 185,98 reais e a hospedagem, R\$ 687,24. Contudo, dez dias antes do evento, a localização foi alterada para Guaratiba – RJ, que fica há 28 quilômetros de distância do local original. A autora narra que conseguiu chegar ao local do evento que, contudo, entregou descaso com o público, gerando angústia e abalo emocional em todos os que estavam presentes. No mais, várias atrações cancelaram a participação no evento em função da desorganização e falta de estrutura e segurança, motivo pelo qual a organização cancelou o segundo dia do festival e informou o estorno parcial que, até o momento, não foi recebido. Assim, a autora pretende a procedência da ação, com a condenação das requeridas ao pagamento de indenização no valor de R\$ 1.183,82 por danos materiais, além da condenação em danos morais, no importe não inferior a R\$ 10.000,00 (fls. 01/16). Documentos (fls. 17/31) (São Paulo, 2024, p.212).

O caso demonstra problemas relacionados à prestação de serviço no que diz respeito ao local e as atrações anunciadas. Demonstra a necessidade de despesas extras com transporte até o novo local de realização do evento. Como se observará a diante, para além da subtração patrimonial percebida, autora propõe ação de indenização por danos morais alegando angústia e abalo emocional a todos os consumidores presentes.

Uma vez que problemas em relação ao cumprimento da oferta podem levar à responsabilização pelo vício ou defeito do serviço, percebe-se que as opções dadas ao consumidor pelo descumprimento da oferta podem ser influenciadas pelo caráter, em geral, personalíssimo das apresentações musicais.

4.2 OPÇÕES DO CONSUMIDOR DIANTE DO DESCUMPRIMENTO DA OFERTA E O CARÁTER PERSONALÍSSIMO DAS APRESENTAÇÕES MUSICAIS

Na situação em que ocorre o descumprimento da oferta, surge ao consumidor as opções trazidas pelas normas consumeristas, ao exemplo das opções de reembolso, remarcação, troca, abatimento proporcional do preço etc., as quais podem ser ponderadas em relação ao caráter, em regra, personalíssimo das apresentações musicais.

Após breve revisão das opções do consumidor será possível identificar em caso concreto os responsáveis e as implicações pelo descumprimento da oferta.

Como explorado no tópico 3.3, o artigo 35 do CDC disponibilizou opções ao consumidor para casos em que haja recusa do cumprimento por parte do fornecedor:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos (Brasil, 1990, cap. V, art. 35).

Do ponto de vista da força vinculativa da oferta, fica claro a possibilidade de o consumidor fazer respeitar aquilo que lhe foi prometido pelo fornecedor em sua prévia oferta (Tartuce, 2024).

Estas opções são dadas ao consumidor para aqueles casos em que o fornecedor não cumpre ou não pode cumprir a oferta, sendo possível ainda o consumidor busque indenização qualquer que seja sua escolha prevista no artigo (Garcia, 2008).

Se faz válido lembrar que a escolha parte unicamente do consumidor e que é feita de forma livre, sem necessidade de qualquer justificativa ou fundamentação (Nunes, 2024).

Como abordado, ocorrem casos em que algumas das opções dadas pelo legislador não se fazem possíveis. Isso pode acontecer por conta da própria natureza de formatação dos eventos musicais.

De forma exemplificativa, a disponibilidade de infraestrutura, a qual pode levar dias para montagem e desmontagem, as datas nas agendas dos artistas que quando

podem representar verdadeiros desafios de logística enfrentado pelos agentes e produtores, e também o caráter, em regra, personalíssimo das atrações musicais fazem com que a opção da aceitação de serviço equivalente, por exemplo, não seja possível.

De toda forma, diante da impossibilidade do cumprimento da oferta, o fornecedor não fica isento de responsabilidade (Silva Neto, 2013).

Feitas considerações iniciais, o caso concreto a seguir trata de descumprimento de oferta de show cancelado por artista internacional a ser realizado na cidade de São Paulo, Brasil. Como será observado, o cancelamento da apresentação ocorre por caso fortuito interno, resultando na busca por compensação dos prejuízos percebidos dentro e fora da relação de consumo.

O exemplo a seguir corresponde ao processo número 5145739-09.2020.8.13.0024 da 12ª Vara Cível de Belo Horizonte, o qual servirá para análise desse estudo:

EMENTA: APELAÇÃO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW. PROBLEMAS DE SAÚDE DO CANTOR. FORTUITO INTERNO. DANOS MATERIAIS. DESPESAS COM VIAGEM. DANOS MORAIS. CONFIGURAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA.

- Tratando-se a hipótese de relação de consumo, todos da cadeia de serviços respondem solidariamente pelos danos causados ao consumidor, consoante disposto no artigo 7º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor.
- Para que se configure a responsabilidade civil nas relações de consumo, é suficiente a prova da prática do ato ilícito e do nexo de causalidade entre essa conduta e o dano, sendo prescindível a constatação da culpa.
- A responsabilidade da empresa apelante decorre do próprio risco da atividade, de forma que o cancelamento do show por problema de saúde do artista contratado trata-se de fortuito interno, pelo que a falha do serviço em nenhuma hipótese pode prejudicar o consumidor (artigo 393, do Código Civil).
- É evidente a frustração, desgaste e sofrimento decorrentes da do cancelamento e informação do cancelamento, no mesmo dia do evento (Minas Gerais, 2022).

As autoras da ação judicial em estudo demonstraram grande expectativa em relação ao show da turnê internacional do cantor e compositor canadense SHAWAN MENDES, show este que viria a ser cancelado em cima da hora e sem adequada comunicação com o público. No caso em questão, as autoras propuseram ação de indenização por danos morais e danos materiais em face de R&C Eventos Promoções e Publicidade LTDA., Allpark Empreendimentos, Participações e Serviços S.A e ABC Livepass Ingressos LTDA.

De início, observa-se que em relação à identificação dos responsáveis pelo cumprimento da oferta, tanto a empresa responsável pela venda dos ingressos, quanto as empresas envolvidas na realização do evento foram requeridas de forma solidária por comporem a cadeia de fornecimento do serviço. Em sentença, todas elas viriam a ser obrigadas de forma solidária, como será observado adiante:

Após a compra dos ingressos que custaram impressionantes R\$ 4.900,00 (quatro mil e novecentos reais), conforme comprovante anexo, foram iniciados os demais preparativos para a viagem a São Paulo e ida ao evento. As demandantes compraram também passagens aéreas de ida e volta para as datas de 29/11/2019 e 01/12/2019, respectivamente, as quais totalizaram R\$ 1.805,54 (hum mil oitocentos e cinco reais e cinquenta e quatro centavos), conforme comprovantes anexos.

Ainda, as demandantes reservaram 2(duas) suítes no hotel Panamby Hotel para as mesmas datas, as quais somaram R\$ 800,10 (oitocentos reais e dez centavos), além de arcarem com despesas com alimentação no valor de R\$ 270,70 (duzentos e setenta reais e setenta centavos) no período (Minas Gerais, 2022, p. 2).

Nesse trecho percebe-se que o valor investido na compra de ingresso pode representar montante que cause impacto tomando por base o salário-mínimo brasileiro, como abordado em capítulo anterior.

Retrata também o fato de as consumidoras residirem em cidade diferente a da realização do evento, como acontece em muitos casos no Brasil uma vez que apresentações de maior reconhecimento acontecem de forma centralizada, fazendo com que exista a necessidade de deslocamento dos consumidores.

Tal necessidade de deslocamento atrai novas despesas na experiência do consumidor. Estas despesas extras, as quais acontecem na forma de passagem aérea, alimentação e hospedagem, são passíveis de reparação na demanda de pernas e danos, como se verá a frente.

Eram mais de 40.000 (quarenta mil) pessoas presentes no local e os portões seriam abertos às 16:30h e o show teria início às 19h15m.

Contudo, lá os portões não se abriram no horário previsto.

As filas eram gigantescas para todas as entradas nos diversos setores do estádio. As pessoas não estavam entendendo o que estava acontecendo. [...] Os boatos foram então confirmados pela internet. Nada lhes foi dito diretamente por ninguém responsável pelo local do evento e as pessoas precisavam procurar pelas confirmações em seus celulares, freneticamente, quando puderam ver nas redes sociais da empresa organizadora, bem como pela conta no Twitter do próprio cantor, que de fato o show estava cancelado (Minas Gerais, 2022, p. 2).

Nessa parte foi revelado o descumprimento da oferta na forma do cancelamento do show. Segundo relato das autoras, o cancelamento gerou tumulto resultando no abalo psicológico dos presentes diante a falta de segurança e de informação por parte dos organizadores.

Ocorre neste caso a produção viria a apresentar como justificativa para o cancelamento do show problemas de saúde relacionados a sintomas de laringite e sinusite no cantor, fato que poderia ser considerado caso fortuito, o que excluiria a responsabilização pelo descumprimento da oferta.

Ocorre também que, segundo os relatos das autoras, tais sintomas de problema de saúde teriam sido detectadas na manhã daquele dia não sido repassadas à plateia, havendo o show tendo sido cancelado em cima da hora, colocando os consumidores em condição perigosa diante a algazarra gerada no local. Diante o infortúnio, solicitaram: “Pedem pela procedência do pedido de restituição dos valores correspondentes às despesas realizadas para a ida ao evento e para que sejam as requeridas condenadas ao pagamento de indenização por danos morais (Minas Gerais, 2022, p. 3).

No pedido, para além da devolução da quantia paga, pretendeu-se o ressarcimento das perdas econômicas extrínsecas ao serviço, além de indenização por danos morais pelo abalo emocional experimentado e materiais tendo como causa de pedir o cancelamento de apresentação musical sem previa comunicação.

Como se entende no decurso desse estudo de direito do consumidor, na busca pela responsabilização civil, leva-se aqui em consideração a teoria da responsabilidade objetiva, se impondo a reparação do dano independente de culpa, como abordado anteriormente, sendo alcançada apenas pela existência do dano e de nexos de causalidade.

Concordando com o estudado, pode existir caso que afaste a responsabilidade de indenizar quando ocorre falta de ligação entre o fato e o dano sofrido (rompimento do nexo causal). Para essa situação se faz pertinente a análise da divisão entre caso fortuito interno e externo.

No caso do fortuito interno, existe relação entre o fortuito e o negócio desenvolvido, sendo esse o que não exclui a responsabilização civil. Já o fortuito externo se apresenta totalmente alheio ao negócio, sendo apenas esse o que exclui o dever de indenizar (Tartuce, 2024).

Dessa forma, pode-se entender tal caso apresentado como de fortuito interno, ou seja, aquele que está ligado ao risco do empreendimento e que não exclui a responsabilidade uma vez que faz parte da atividade do fornecedor. Cantores profissionais, por trabalharem com sua voz de forma constante e intensa, devem observar os cuidados necessários para sua manutenção e conservação, modo qual se faça coerente às datas de shows compromissadas.

Nesse contexto entendeu o juiz:

Evidentemente não há como prever o problema de saúde que acometeu o artista, porém, entendo que o cancelamento do show se deu por problema de saúde do artista contratado caracteriza fortuito interno, pois que a impossibilidade de apresentação de um artista contratado e a necessidade de cancelamento do show se insere dentro da área de risco da atividade desenvolvida pelas requeridas (Minas Gerais, 2022, p. 8).

Os danos foram alegados na forma moral, buscando compensação patrimonial pelo desgosto, dor e tristeza sofridos e com intuito de desestímulo a outras infrações. Também foram alegados na forma de danos materiais a partir dos gastos feitos com ingressos, hospedagem, alimentação e passagem aéreas, estas as que puderam ser comprovadas. O caso em estudo teve julgamento procedente com condenação em obrigação solidária de pagamento de indenização por danos morais e materiais.

De forma complementar, observou-se no item 3.2 que existe a alternativa do parágrafo primeiro do art. 20 do CDC o qual prevê a possibilidade de a reexecução dos serviços confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor. Tal possibilidade mostra-se impossível no caso supracitado uma vez que há a expectativa baseada na obra do artista. Esse seria um contrato personalíssimo ou *intuitu personae*.

A obrigação *intuitu personae* leva em consideração características pessoais das partes. Apresentam-se na forma de contratos celebrados em função da pessoa do contratante, que tem influência decisiva para o consentimento do outro, para quem interessa que a prestação seja cumprida por ele próprio, pelas suas características particulares (Gagliano; Pamplona Filho, 2024).

É nesse sentido que contratos personalíssimos são celebrados sempre em atenção às qualidades do contratado, no caso do CDC. Desse modo, o fornecedor não pode fazer-se substituir por outra pessoa uma vez que tais qualidades ligadas a

ele, podendo ser no âmbito cultural, profissional, artístico etc., tiveram influência decisiva na celebração contratual (Gonçalves, 2023).

4.3 DIREITO DO CONSUMIDOR À INDENIZAÇÃO E EVENTUAL RESPONSABILIZAÇÃO ADMINISTRATIVA E PENAL DO FORNECEDOR

Este tópico possibilitará o estudo de características relacionadas à responsabilidade civil, no que diz respeito às indenizações pelos danos materiais e morais que acontecem independente da escolha das opções do art. 35 do CDC vistas no tópico anterior.

Se possibilitará ainda o estudo sobre as causas de exclusão da responsabilidade. Por fim, tratar-se-á das responsabilidades administrativas e penais, assim como da solidariedade civil dos fornecedores.

A defesa do consumidor no âmbito civil objetiva a satisfação do consumidor com relação aos prejuízos ocorridos e ao cumprimento das obrigações assumidas pelo fornecedor de serviços no âmbito da relação de consumo (Filomeno, 2016).

Como meio de promover a proteção integral do consumidor, sanções foram instituídas em diversas áreas, sendo possível um comportamento ilícito do fornecedor desencadear sanções civis, administrativas e penais (Benjamin, 2016).

4.3.1 Danos Materiais e Morais

Como decorrência das garantias constitucionais, do princípio da dignidade humana, do direito de ser informado, de receber produtos e serviços de qualidade, de só receber publicidade verdadeira etc., a Constituição Federal Brasileira garante a todos os consumidores o direito à indenização contra danos sofridos em face dos seus direitos (Nunes, 2024).

Inclusive, no que tange aos acidentes de consumo, o CDC garante cobertura contra todos os danos, sejam patrimoniais ou morais, individuais, coletivos ou difusos (Benjamin, 2016).

O entendimento do dano material acontece de forma mais natural, uma vez que faz referência ao valor perdido ou receita que deixou de ser aferida, conhecida como lucros cessantes. A pretensão de indenização pelos danos materiais busca repor este

quantum na forma de reestabelecer aquilo que falta. Ou seja, uma vez que haja subtração na esfera patrimonial do consumidor, sua reparação é cabida.

Acontece tal subtração patrimonial quando os problemas relacionados ao cumprimento da oferta de serviço musical alcançam, de maneira extensiva ao serviço contratado, despesas como hospedagem, passagem aérea, traslado, alimentação etc. A indenização material é buscada quando acontece o descumprimento da oferta como forma de resguardar as perdas do consumidor.

Dano moral diz respeito a tudo aquilo que está fora do plano material, patrimonial do consumidor, sendo aquele que afeta a paz interior de cada indivíduo, a honra, tudo aquilo que não tem valor econômico, mas que tem o poder de lhe causar sofrimento (Nunes, 2024).

A configuração do dano moral em qualquer relação exige ofensa aos direitos da personalidade. Nas relações de consumo, o dano moral pode derivar da inexecução contratual, do vício do produto ou serviço ou mesmo do fato do serviço (Khouri, 2020).

Para que o dano moral seja indenizável, o grau de lesão experimentado pelo consumidor deve ser considerável de forma que ultrapasse o mero aborrecimento, o mero transtorno (Silva Neto, 2013).

No exemplo prático citado anteriormente (Minas Gerais, 2022), pode-se considerar a existência do dano moral uma vez que as autoras tinham sentimentos de fã pelo artista, gerando grande ansiedade e expectativa pelo show, mas que após seu cancelamento em cima da hora, tem seus sentimentos transformados em frustração pela aparente falta de empatia da produção que não se comunicou e em medo por conta da falta de segurança em decorrência ao tumulto ocorrido durante a dispersão do público que encontrava-se inconformado após a não abertura dos portões do show.

Nesse tema, apresentam-se os julgados:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW ESPECÍFICO EM EVENTO. FORTUITO INTERNO. FALHA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (FATO DO SERVIÇO). DANOS MATERIAIS. DESPESAS COM VIAGEM, ALIMENTAÇÃO E TRANSPORTE. CONFIGURADOS. DANOS MORAIS. MANUTENÇÃO. QUANTUM INDENIZATÓRIO ADEQUADO AO CASO CONCRETO. RECURSO DA PARTE AUTORA CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO PARA REFORMAR EMPARTE A SENTENÇA. SEM CUSTA EM RAZÃO DO JULGAMENTO. RECURSO DA PARTE RÉ CONHECIDO E IMPROVIDO. CUSTAS PROCESSUAIS E HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS EM 20% (VINTE POR CENTO) SOBRE

OVALOR DA CONDENAÇÃO, NOS MOLDES DO ART. 55, DA LEI Nº 9.099/95 (Amazonas, 2023, p.1).

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO INDENIZATÓRIA - DIREITO DO CONSUMIDOR - CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW - PROBLEMAS TÉCNICOS - FORTUITO INTERNO - REEMBOLSO DO INGRESSO E DESPESAS COM PASSAGENS AÉREAS, HOSPEDAGEM E DESLOCAMENTO AO AEROPORTO - DANOS MORAIS - PERDA DE TEMPO ÚTIL DO CONSUMIDOR - CONFIGURAÇÃO - QUANTUM INDENIZATÓRIO - PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE - SENTENÇA PARCIALMENTE REFORMADA. 1. A responsabilidade da promotora de eventos é objetiva, nos termos do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, respondendo, independentemente de culpa, pela reparação dos danos que eventualmente causar pela falha na prestação de seus serviços. 2. Os "problemas técnicos" constituem um fortuito interno, já que refletem situação ocorrida durante o processo de organização do evento. Nesse sentido, não há como a requerida se eximir de sua responsabilidade, transferindo o risco de seu próprio empreendimento ao consumidor. 3. Tendo sido cancelado o show, deve ser garantida aos compradores a restituição dos ingressos. 4. Igualmente, tendo sido demonstrado que a viagem dos autores se deu, unicamente, para assistir ao show, é devido o reembolso das despesas de deslocamento e hospedagem; 5. É evidente a frustração causada pela legítima expectativa criada pela ré na realização do show, além do desgaste e sofrimento decorrentes da informação de cancelamento, no mesmo dia do evento. 6. Comprovada a ocorrência dos danos morais, o valor da indenização há de ser fixado com moderação, visto que não pode propiciar um enriquecimento sem causa, mas deve apenas servir como uma compensação na proporção da repercussão da ofensa. 7. Recurso parcialmente provido (Minas Gerais, 2021, p.1).

Alguns parâmetros podem ser levados em consideração para a fixação do dano moral, quais sejam a natureza da ofensa, intensidade real do sofrimento do consumidor, a repercussão da ofensa no meio social, a situação econômica do ofensor, a possibilidade de o ofensor voltar a praticar o fato danoso, a necessidade de punição entre outros (Nunes, 2024).

4.3.2 Exclusão da responsabilidade na prestação dos serviços musicais

O CDC do consumidor versa em seu art. 14, § 3º, sobre a não responsabilização do fornecedor de serviços na seguinte forma:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

[...]

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

De acordo com o art. 14 do CDC, o fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste ou que se trata de culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. De toda forma, como visto, o caso fortuito na sua modalidade externa pode ser analisado em relação ao seu efeito de exclusão da responsabilidade (Silva Neto, 2013).

Em se tratando do caso de força maior, qual seja, evento previsível, porém inevitável, ao exemplo de furacões e raios, para Benjamin (2016, p. 199), também são causas de exoneração da responsabilidade o caso fortuito e a força maior.

Já Nunes (2017, p. 363) em diferente entendimento aborda que, ao passo que o legislador não estabeleceu a força maior entre aqueles que excluem a responsabilidade do fornecedor, não pode o prestador de serviço responsável alegar em sua defesa a excludente. Tal entendimento estaria de acordo com a liberdade de empreendimento, que resulta no direito ao lucro e responsabilidade integral pelo risco assumido. Daí, a lei teria estabelecido o sistema de responsabilidade civil objetiva levando em consideração a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (Nunes, 2017).

Embora não tenha sido previsto na legislação consumerista, a ocorrência de eventos considerados caso fortuito e de força maior tem sido aceita pela jurisprudência como excludente de responsabilidade (Silva Neto, 2013). Essencialmente, como já visto, o caso de fortuito externo pode ser levado em consideração em relação à exclusão da responsabilidade do fornecedor. O que não acontece em relação ao evento de fortuito interno.

Considera-se fortuito interno aquele fato que se encontra associado à atividade desempenhada pelo prestador de serviço (Silva Neto, 2013). De outra forma, o fortuito externo está ligado a elemento exterior ao próprio risco específico da atividade do prestador de serviço (Nunes, 2024).

Sendo assim, segundo a jurisprudência, casos de fortuitos internos, ou seja, aqueles casos imprevisíveis e inevitáveis os quais interferem causando falha na prestação do serviço, levando dano ao consumidor e que fazem correlação à natureza de prestação de serviços dos eventos musicais, não têm o poder de excluir a responsabilidade do fornecedor. Apresenta-se como um risco naturalmente decorrente daquela atividade sendo assumida pelo fornecedor.

Em relação à inexistência do defeito, se faz adequado pontuar que o defeito se apresenta na forma de uma inadequação que possua poder de causar dano ao

consumidor. Dessa forma, o serviço musical defeituoso é aquele que causa ou tem potencialidade de causar dano ao consumidor. Existindo o dano e estando presente o nexo entre a causa e a consequência, presume-se o defeito nascendo a obrigação de indenizar, a qual só deixa de existir caso o fornecedor prove a inexistência do defeito, ou no caso das demais excludentes (Silva Neto, 2013).

O fornecedor de serviços não será responsabilizado quando comprovar culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros. Neste ponto, vale ressaltar que não ocorre a exclusão da responsabilidade em casos de culpa concorrente. A culpa deve ser exclusiva do consumidor.

Em casos de condenação por danos morais em que haja culpa concorrente do consumidor, espera-se redução proporcional do valor da indenização (Nunes, 2017).

Nesse sentido, apresenta-se o julgado:

EMENTA: APELAÇÃO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS E MATERIAIS. ILEGITIMIDADE PASSIVA. REJEIÇÃO. CERCEAMENTO DE DEFESA. NÃO OCORRÊNCIA. CANCELAMENTO DE SHOW MUSICAL. FORTES CHUVAS NO LOCAL. CASO FORTUITO. FORÇA MAIOR. CARACTERIZADOS. DANOS MATERIAIS. DEVOLUÇÃO DO VALOR DOS INGRESSOS. DANOS MORAIS. INEXISTÊNCIA. Nos termos do CDC, pela teoria do risco do empreendimento, todo aquele que se dispõe a exercer alguma atividade no campo do fornecimento de bens e serviços tem o dever de responder pelos fatos e vícios daí resultantes, independente de culpa. Se as testemunhas foram ouvidas sobre os fatos não pode a parte alegar que houve o cerceamento de defesa pela ausência de produção de prova oral. Se um show não foi realizado ao ar livre por conta das fortes chuvas que ocorreram no local esse fato caracteriza o caso fortuito ou força maior, que afasta o nexo de causalidade e impede seja atribuído aos realizadores do evento a responsabilidade por eventuais danos sofridos por terceiros, sobretudo os danos de natureza moral. Os requeridos em nada contribuíram para a não realização do evento naquela data, evento este que dias depois veio a acontecer. Sem o nexo causal, afastado pelo evento climático, não são os requeridos condenados a nenhuma indenização por danos morais (Minas Gerais, 2023b, p.1)

Ou seja, mesmo ocorrendo a responsabilidade objetiva nas relações consumeristas, é indispensável o nexo causal. Inexistindo a relação entre causa e efeito, ocorre a exoneração da responsabilidade, conforme observado nas opções do parágrafo terceiro do art. 12 do CDC (Cavaliere Filho, 2022).

4.3.3 Responsabilidade civil, administrativa e penal na dinâmica consumerista dos eventos musicais

O CDC traz proteções ao consumidor, considerado a parte vulnerável da relação de consumo, no âmbito civil, através das ações judiciais individuais e coletivas, no âmbito administrativo, por meio do poder de polícia previsto à União, Estados e Distrito federal e no âmbito penal, que acontece por meio das ações penais públicas incondicionadas.

Dessa forma, o não cumprimento da oferta de evento musical pode gerar, para além das opções previstas no âmbito da responsabilidade civil, a responsabilidade administrativa na forma de multa, suspensão etc. e também responsabilidade penal nos casos em que o fornecedor aja com dolo, fraude ou quando o descumprimento coloca em risco a saúde e a segurança dos consumidores.

Na esfera administrativa, o poder de polícia nas relações de consumo aparece como atividade de condicionar o modo de proceder dos fornecedores através de normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços, assim como fiscalização e controle, proteção administrativa que pode ser verificada art. 55 do CDC:

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (Vetado).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial (Brasil, 1990, cap. VII, art 55).

A fiscalização e controle das atividades do fornecedor coíbe o cometimento de abusos em relação ao consumidor.

Pode-se perceber que somente a União, os Estados e o Distrito Federal possuem competência concorrente para editarem normas de consumo em relação à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços. Os Municípios foram adicionados no grupo dos entes com competência para editar normas sobre fiscalização, e controle (Garcia, 2008).

Para poder executar sua função de proteção ao consumidor, os órgãos públicos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor podem ter acesso a toda e qualquer informação necessária (Silva Neto, 2013).

Os órgãos oficiais podem solicitar informações ao fornecedor, sob pena do crime de desobediência. O art. 56 do CDC estabeleceu as modalidades das sanções administrativas, sendo elas sanções pecuniárias na forma de multa; sanções objetivas na forma de providências concretas em relação ao produto ou serviço, sendo apreensão, inutilização, cassação do registro, proibição da fabricação e suspensão do fornecimento de produtos e serviços; sanções subjetivas as quais incidem na atividade do fornecedor na forma de suspensão temporária da atividade, revogação de concessão ou permissão para o uso, cassação da licença do estabelecimento ou de atividade, interdição total ou parcial do estabelecimento, obra ou atividade, intervenção administrativa ou imposição de contrapropaganda (Garcia, 2008).

Para que seja reprimível pelas autoridades administrativas, as condutas devem ser contrárias à lei, obedecendo o princípio da estrita legalidade. A penalidade mais comum imposta é a pena de multa, nos termos do art. 57 CDC, levando-se em consideração a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor.

O legislador ainda diferenciou nos art. 58 e 59 as sanções de acordo com a gravidade da infração podendo ser elas serem mais brandas, não impedindo o exercício da atividade, ou mais graves somente aplicadas em casos extremos (Garcia 2008).

Os Procons, por exemplo, agem como órgãos administrativos de defesa do consumidor e integram o sistema Nacional de defesa do consumidor, desse modo, possuem autonomia e competência para fiscalizar e aplicar sanções administrativas previstas no CDC e em outras normas pertinentes a defesa do consumidor (Khouri, 2020).

Acontece que em alguns casos, o não cumprimento da oferta pode extrapolar o âmbito administrativo e gerar responsabilidade penal.

O CDC trata em seu Título II das infrações penais. O texto especifica crimes contra as relações de consumo sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais. Como visto, o título trata das infrações penais que o fornecedor de produtos e serviços estão sujeitos quando praticam ou deixa de praticar certas condutas nas relações de consumo.

Esses artigos estabelecem um tipo de Direito Penal do consumidor na busca da repressão de condutas indesejáveis e causadora de danos e na prevenção da ocorrência de tais condutas de forma a evitar o dano, amparando com mais eficiência os consumidores de acordo com o princípio da precaução (Garcia, 2008).

As penas podem acontecer na forma de detenção e multa. De modo a exemplificar, imagina-se caso em que um consumidor que recebe anúncio de festival de música com apresentação de cinco artistas internacionais adquire o ingresso com antecedência através da internet. No dia da realização do festival, descobre vários problemas na realização do evento. Ingressos comprados com antecedência não foram entregues, a presença de apenas quatro atrações sendo duas delas trocadas de última hora, falta de banheiros químicos em quantidade condizente ao tamanho do evento, venda de bebidas alcoólicas falsificadas e adulteradas, além de problemas na infraestrutura elétrica que, com o chão úmido, possibilitara o vazamento de corrente para o público causando choques elétricos.

Ao acontecerem falhas na prestação do serviço, para além das opções dadas ao consumidor destacadas nos tópicos anteriores, pode ele, munido de provas relacionadas ao evento como comprovante de compra do ingresso, fotos e notícias acionar os órgãos de proteção ao consumidor, ao exemplo do PROCON, para possa ser feita a reclamação sobre os problemas encontrados na execução do serviço, sejam dos mais simples aos mais graves como os problemas de infraestrutura que colocaram a vida dos participantes em risco.

O órgão de proteção do consumidor tomará conhecimento do caso e, quando cabível, notificará a fornecedora para que forneça as informações necessárias. Caso a infração seja confirmada, procede-se à aplicação de uma das sanções administrativas previstas no CDC para os casos em que o fornecedor descumpra as regras consumeristas.

Nesse sentido:

DIREITO ADMINISTRATIVO E DO CONSUMIDOR. PENALIDADE ADMINISTRATIVA. PROCON/DF. PROCESSO ADMINISTRATIVO. DEVIDO PROCESSO LEGAL RESPEITADO. FUNDAMENTAÇÃO PER RELATIONEM. ADMISSIBILIDADE. PENALIDADE DE MULTA. ADEQUAÇÃO E PROPORCIONALIDADE. MANUTENÇÃO. I. De acordo com o artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor e os artigos 5º, caput, 7º, 9º e 18 do Decreto 2.181/1997, o PROCON/DF tem competência para apurar infração cometida no mercado de consumo e aplicar a penalidade administrativa que se revelar apropriada. II. Não se ressente de nulidade processo administrativo pautado pelo contraditório e pela ampla defesa, consoante a inteligência dos artigos 5º, inciso LV, da Constituição Federal, 57 do Código de Defesa do Consumidor, e 39, 40, 42 e 44 do Decreto 2.181/1997. III. A utilização da técnica de fundamentação per relationem no processo administrativo é perfeitamente compatível com o princípio da motivação encartado no artigo 93, inciso IX, da Constituição Federal, e encontra respaldo no artigo 50, § 1º, da Lei 9.784/1999. IV. Deve ser mantida multa aplicada em consonância com os parâmetros do artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor e dos artigos 24 a 28 do Decreto 2.181/1997. V. Apelação desprovida. Agravo Interno prejudicado (Basil, TJDFT, 2024b).

No mesmo sentido:

APELAÇÃO. AÇÃO ANULATÓRIA. MULTA. PROCON. ILEGALIDADE. CERCEAMENTO DE DEFESA. NÃO CONFIGURAÇÃO. VALOR DA MULTA. PARÂMETROS LEGAIS. RAZOABILIDADE. PROPORCIONALIDADE. 1. Constatado que a violação às regras consumeristas se deu por culpa da própria fornecedora autora, não há que se falar em violação ao direito de defesa ou de ilegalidade no processo administrativo instaurado pelo PROCON. 2. A multa fixada pelo PROCON em conformidade com as Portarias regulamentadoras expedidas pelo Instituto de Defesa do Consumidor do Distrito Federal não se mostra desarrazoada ou desproporcional. 3. Recurso de apelação conhecido e desprovido (Brasil, TJDFT, 2024c).

Observa-se em relação aos crimes na relação de consumo:

APELAÇÃO CRIMINAL. CRIME CONTRA A SAÚDE PÚBLICA. CORRUPÇÃO, ADULTERAÇÃO OU FALSIFICAÇÃO DE BEBIDAS. ILICITUDE DA PROVA. QUEBRA DA CADEIA DE CUSTÓDIA. IMPROCEDÊNCIA. MÉRITO. ABSOLVIÇÃO. MATERIALIDADE E AUTORIA. FALTA DE PERÍCIA JUDICIAL. OUTROS MEIOS DE PROVAS. NECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA NOCIVIDADE À SAÚDE OU REDUZIDO VALOR NUTRICIONAL RESULTANTE DA FALSIFICAÇÃO DO PRODUTO. ART. 272, § 1º-A e § 1º. DESCLASSIFICAÇÃO MODALIDADE CULPOSA. IMPOSSIBILIDADE. DESCLASSIFICAÇÃO. ARTIGO 7º, INCISO VII, DA LEI 8.137/1990. EMENDATIO LIBELLI. POSSIBILIDADE. I – Se as amostras da bebida supostamente falsificada não foram colhidas por autoridade policial ou apreendidas por órgão público habilitado, bem como não foram submetidas a perícia judicial, não há que se falar em vestígio oficial e, por conseguinte, diante da inexistência de prova pericial oficial, em quebra de cadeia de custódia. II – O delito do artigo 272, § 1º-A e § 1º, do Código Penal tem como sujeito passivo a coletividade, busca tutelar a saúde pública

e configura delito de perigo concreto, sendo imprescindível para sua caracterização perícia técnica que comprove a falsificação, corrupção ou adulteração que resulte em nocividade à saúde ou redução do valor nutricional. III – No caso concreto, embora contenha nos autos exame laboratorial referente à análise do produto vendido pelo apelante, que categoricamente indica a falta de autenticidade da bebida, a instrução probatória não conseguiu demonstrar a efetiva nocividade dos produtos à saúde dos possíveis consumidores. IV – Embora não tenha sido realizada perícia oficial, o laudo técnico laboratorial pode ser utilizado como elemento de convicção, auxiliando quanto aos esclarecimentos do fato, desde que corroborado por outras provas que sejam suficientes para embasar o édito condenatório. V – Comprovada a falsificação das bebidas pelas provas colhidas na instrução criminal, a ausência de perícia técnica quanto à qualidade do produto e à sua efetiva nocividade não autoriza a tipificação da conduta no artigo 272, § 1º, do Código Penal. No entanto, tal circunstância permite o enquadramento no crime previsto no artigo 7º, inciso VII, da Lei nº 8.137/1990, referente aos Crimes Contra a Ordem Tributária e as Relações de Consumo. VI – A atribuição de definição jurídica diversa, sem modificar a descrição do fato contida na denúncia, não configura "mutatio libelli", mas sim "emendatio libelli" (artigo 383 do Código de Processo Penal), admitida em segunda instância no julgamento de recurso exclusivo da defesa, desde que não gere reformatio in pejus, nos termos do art. 617 do CPP. VII - Recurso conhecido e parcialmente provido (Brasil, TJDFT, 2024a).

Em relação a casos mais graves, como problemas que envolvam risco à saúde dos consumidores ou não entrega de ingressos que caracterize estelionato ou publicidade enganosa, uma vez que essas condutas estejam previstas no corpo de leis penais consumeristas, poderá o consumidor encaminhar a notícia crime para que as autoridades competentes possam realizar a responsabilização penal.

4.3.4 Responsabilidade solidária pelo descumprimento da oferta na dinâmica dos eventos musicais

Uma vez identificados os fornecedores na dinâmica dos eventos musicais, sejam eles produtores, agenciadores, trabalhando de forma mais direta, ou empresas de sonorização, estrutura de palco, iluminação, gráfica etc., de forma indireta e já exploradas as formas de responsabilização do fornecedor pelo descumprimento da oferta, seja na área civil, administrativa ou penal, resta pontuar as características da responsabilização solidária entre os fornecedores envolvidos na cadeia de fornecimento do serviço.

Observa-se que a característica de organização complexa dos eventos, neles inseridos vários prestadores de serviço simultâneos, pode acarretar dificuldade para o consumidor que tenha seus direitos violados e que necessite entrar em contato com o fornecedor para solicitar a devida reparação.

Dentro das possibilidades de problemas que podem acontecer em tais eventos, as leis consumeristas proporcionam condições para que o consumidor, estando em condição de vulnerabilidade, possa ter maior facilidade para saná-los. Dessa forma, levanta-se a possibilidade da responsabilização solidária daqueles fornecedores envolvidos na prestação do serviço.

Em se tratando da responsabilidade pelo vício do serviço ou pelo fato de serviço, o CDC estabeleceu como regra geral a responsabilidade objetiva e solidária dos prestadores de serviços, isso com intenção de facilitar a tutela dos direitos do consumidor (Tartuce, 2024).

Todos são responsáveis solidariamente, na medida de suas participações, sendo normal esperar que um dos fornecedores diretos da relação venha a ser o acionado (Nunes, 2024). Dessa forma, o vendedor do ingresso pode ser acionado por problemas em relação a problemas envolvendo as apresentações.

Essencialmente, tal possibilidade facilita a reparação dos danos para o consumidor tudo, restando o direito de regresso entre os fornecedores na busca pelo equilíbrio entre suas responsabilidades.

Nesse contexto, observa-se o julgado:

RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. VÍCIO NO ACÓRDÃO RECORRIDO. NÃOOCORRÊNCIA. DANOS MATERIAIS E MORAIS. SOCIEDADE EMPRESÁRIA. COMERCIALIZAÇÃO DE INGRESSOS ON-LINE. EVENTO CANCELADO/ADIADO. AUSÊNCIA DE COMUNICAÇÃO ADEQUADA, PRÉVIA EFICAZ AOS CONSUMIDORES. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO (FATO DO SERVIÇO). RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIRO. INTEGRANTES DA MESMA CADEIA DE CONSUMO. IMPROPRIEDADE. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS. ALIMENTOS CONSUMIDOS DURANTE A ESTADA NO RIO DE JANEIRO. INOVAÇÃO RECURSAL. DANO MORAL. EXISTÊNCIA (Brasil, STJ, 2022)

Observa-se ainda:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO - ILEGITIMIDADE PASSIVA - TEORIA DA ASSERÇÃO - ADIAMENTO DE EVENTO. DEVER DE COMUNICAÇÃO - DANOS MORAIS - DANOS MATERIAIS. - 1. A análise das condições da ação, inclusive da legitimidade das partes, deve ocorrer por meio das afirmações constantes na petição inicial. 2. A responsabilidade por defeito do serviço, nos moldes do art. 14 do CDC, é solidária, sendo certo que todos os responsáveis, direta ou indiretamente, pela oferta do serviço ao consumidor tem o dever de indenizá-lo. 3. O cancelamento e adiamento do show sem prévia comunicação, não apenas constituiu ofensa grave aos direitos do apelante enquanto consumidor, notadamente do direito à informação, sedimentado no art. 6º do CDC, como também lesiona os direitos

de personalidade do consumidor que acarrete a compensação por danos morais (Minas Gerais, 2022, p.1).

Deste modo, resta demonstrado a possibilidade do acionamento de todos os fornecedores e prestadores de serviços envolvidos na cadeia de fornecimento dos eventos musicais, por parte do consumidor, para que respondam por eventuais problemas em relação ao cumprimento da oferta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de delimitar os direitos do consumidor adquirente de ingresso para evento musical alterado ou cancelado, o presente estudo possibilitou a apreciação de aspectos jurídicos consumeristas no âmbito dos eventos musicais analisando a relação de consumo entre organizadores e público, tendo como situação focal o cumprimento da oferta e suas implicações legais.

Para essa análise, foram abordados aspectos inseridos na natureza dos eventos musicais, como suas diferentes configurações, importância cultural e econômica, apreciação da complexa cadeia de fornecedores envolvidos na realização de shows e festivais, estudo da responsabilidade pelos vícios e defeitos no serviço, e as diferentes formas de responsabilização civil, administrativa e penal dos envolvidos em caso de descumprimento da oferta.

Com a apreciação de casos concretos da jurisprudência brasileira, foi feita a identificação dos direitos do consumidor adquirente de ingresso para participação de evento musical incluindo o estudo da responsabilização solidária dos fornecedores envolvidos na cadeia de fornecimento.

O estudo proporcionou a identificação de alguns dos problemas encontrados pelos consumidores em relação aos eventos musicais, como mudança de local, que em alguns casos acontece de forma repentina; cancelamento de evento ou de atrações anunciadas; problemas em relação à infraestrutura e à segurança, muitas vezes relacionados a prestação de serviços técnicos indiretos necessários para a boa execução do espetáculo; substituição de artistas anunciados não condizente com o caráter personalíssimo da oferta, além da própria dificuldade em relação à identificação dos responsáveis pelo descumprimento da oferta.

O presente trabalho contribui para a construção do conhecimento ao analisar os possíveis problemas na prestação do serviço e correlacioná-los aos direitos do consumidor previstos na legislação brasileira. O faz respondendo à seguinte indagação: quais são os direitos do consumidor diante da alteração ou cancelamento de evento musical para o qual tenha adquirido ingresso?

Conclui-se, então, que para os casos em que existe recusa do fornecedor em cumprir a oferta do evento musical, são garantidas ao consumidor, pelo art. 35 do CDC, as seguintes opções: exigir o cumprimento forçado da obrigação, nem sempre possível na dinâmica dos eventos musicais pelas dificuldades de complexidade

logística e disponibilidade de agenda dos artistas; aceitar prestação de serviço equivalente, um evento similar com as mesmas características e qualidades do evento original, sendo pontuado que a troca de um show por outro dificilmente atenderia às expectativas do consumidor quando se leva em consideração o caráter personalíssimo normalmente encontrado nestes casos; rescisão do contrato, com direito à restituição da quantia paga e perdas e danos, quando cabíveis, podendo o consumidor receber o reembolso integral do valor pago pelo ingresso, atualizado monetariamente.

Para os casos em que ocorre o evento musical, porém contendo vícios na prestação de serviço, como problemas de sonorização, atrasos significativos, ausência de atrações, verificou-se, diante do art. 20 combinado com o art. 35 do CDC, a possibilidade de o consumidor exigir, alternativamente, à sua escolha: a reexecução dos serviços, sem custo adicional; a restituição imediata da quantia paga, atualizada monetariamente; e o abatimento proporcional do preço, desconto feito proporcional a partir do serviço não prestado.

É importante destacar que, independente das opções conferidas ao consumidor pela conjugação dos arts. 20 e 35 do CDC, é direito seu ser indenizado pelas eventuais perdas e danos. Afinal, nos termos do art. 6º, VI, do CDC, é direito básico do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos. Assim, havendo o chamado dano extrínseco, aqui, aquele que exorbita a esfera do serviço musical ofertado (ultrapassa o valor do ingresso/atrações ofertadas), terá o consumidor direito à indenização, ainda que o cancelamento, alteração ou inadequação do evento musical tenha ocorrido por circunstâncias imprevisíveis (fortuito interno). Aliás, somente a inexistência de defeito na prestação do serviço, a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro (CDC, art. 14, § 3º), a força maior e o fortuito externo é que afastam o dever de o fornecedor indenizar o consumidor.

Os danos indenizáveis podem ser de ordem patrimonial, como as despesas com deslocamento, hospedagem etc., e/ou extrapatrimonial, diante de eventuais constrangimentos, considerável sofrimento psicológico etc., tudo a ser apurando considerando as circunstâncias do caso concreto.

Para além do exposto, como forma de facilitar ao consumidor a garantia dos seus direitos, o estudo em questão destacou a possibilidade da responsabilidade solidária entre todos os prestadores de serviços envolvidos na cadeia de fornecimento do evento musical, sendo possível o acionamento de qualquer um deles por parte do

consumidor nos casos em que ocorram problemas relacionados ao cumprimento da oferta.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Carlos. **O eterno verão do reggae**. São Paulo: Editora 34, 1997.

AMAZONAS. Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas (1. Vara Juizado especial cível). **Recurso Inominado nº 0463427-12.2023.8.04.0001**. EMENTA: RECURSO INOMINADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW ESPECÍFICO EMEVENTO. FORTUITO INTERNO. FALHA PRESTAÇÃO DESERVIÇOS (FATO DO SERVIÇO). DANOS MATERIAIS. DESPESAS COM VIAGEM, ALIMENTAÇÃO E TRANSPORTE. CONFIGURADOS. DANOS MORAIS. MANUTENÇÃO. [...]. Recorrentes: Susie Imbiriba Augusto; T4F Entretenimento S/A - Time For Fun Eventos. Recorridos: T4F Entretenimento S/A - Time For Fun Eventos; Susie Imbiriba Augusto. Relatora: Juíza Anagali Marcon Bertazzo, 21 de outubro de 2023. Disponível em: <https://consultasaj.tjam.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=3210638&cdForo=9000>. Acesso em: 14 out. 2024.

BENJAMIN, Antonio Herman V; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 7. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

BURROWS, jonh; WIFFEN, Charles. **Guia ilustrado zahar: música clássica**. Tradução André Telles. 4 ed. rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências [Código de Defesa do Consumidor]. Brasília, DF: Presidência da República, [2021]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 18 jun. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3. Turma). **Recurso Especial nº 1.985.198**. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. VÍCIO NO ACÓRDÃO RECORRIDO. NÃO OCORRÊNCIA. DANOS MATERIAIS E MORAIS. SOCIEDADE EMPRESÁRIA. COMERCIALIZAÇÃO DE INGRESSOS ON-LINE. EVENTO CANCELADO/ADIADO. AUSÊNCIA DE COMUNICAÇÃO ADEQUADA, PRÉVIA E EFICAZ AOS CONSUMIDORES. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO (FATO DO SERVIÇO). RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIRO. INTEGRANTES DA MESMA CADEIA DE CONSUMO. IMPROPRIEDADE. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS. ALIMENTOS CONSUMIDOS DURANTE A ESTADA NO RIO DE JANEIRO. INOVAÇÃO RECURSAL. DANO MORAL. EXISTÊNCIA. [...]. Relator: Min. Nancy Andrighi, 05 de abril de 2022. Disponível em: <https://www.buscadordizerodireito.com.br/jurisprudencia/detalhes/210b7ec74fc9cec6fb8388dbbdaf23f7>. Acesso em: 25 out. 2024.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (3. Turma criminal). **Apelação Criminal nº 1930324**. APELAÇÃO CRIMINAL. CRIME CONTRA A SAÚDE PÚBLICA. CORRUPÇÃO, ADULTERAÇÃO OU FALSIFICAÇÃO DE BEBIDAS. ILICITUDE DA PROVA. QUEBRA DA CADEIA DE CUSTÓDIA. IMPROCEDÊNCIA. MÉRITO. ABSOLVIÇÃO. MATERIALIDADE E AUTORIA. FALTA DE PERÍCIA JUDICIAL. OUTROS MEIOS DE PROVAS. NECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA NOCIVIDADE À SAÚDE OU REDUZIDO VALOR NUTRICIONAL RESULTANTE DA FALSIFICAÇÃO DO PRODUTO. ART. 272, § 1º-A e § 1º. DESCLASSIFICAÇÃO MODALIDADE CULPOSA. IMPOSSIBILIDADE. DESCLASSIFICAÇÃO [...] Relator: Nilsoni de Freitas, 14 de outubro de 2024. Disponível em: <https://jurisdf.tjdft.jus.br/acordaos/90eacd14-b694-4546-b5bd-a96ebc4d2718>. Acesso em: 20 out. 2024.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (4. Turma cível). **Apelação Cível nº 1911647**. DIREITO ADMINISTRATIVO E DO CONSUMIDOR. PENALIDADE ADMINISTRATIVA. PROCON/DF. PROCESSO ADMINISTRATIVO. DEVIDO PROCESSO LEGAL RESPEITADO. FUNDAMENTAÇÃO PER REATIONEM. ADMISSIBILIDADE. PENALIDADE DE MULTA. ADEQUAÇÃO E PROPORCIONALIDADE. MANUTENÇÃO [...]. Recorrente: Magazine Luiza S/A. Recorrido: Instituto de Defesa do Consumidor do Distrito Federal - PROCON/DF. Relator: James Eduardo Oliveira, 22 de agosto de 2024. Disponível em: <https://jurisdf.tjdft.jus.br/acordaos/5d5b5303-cff6-4d06-a098-32da9c0597f8>. Acesso em: 20 out. 2024.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (5. Turma cível). **Apelação Cível nº 1930567**. APELAÇÃO. AÇÃO ANULATÓRIA. MULTA. PROCON. ILEGALIDADE. CERCEAMENTO DE DEFESA. NÃO CONFIGURAÇÃO. VALOR DA MULTA. PARÂMETROS LEGAIS. RAZOABILIDADE. PROPORCIONALIDADE. 1. Constatado que a violação às regras consumeristas se deu por culpa da própria fornecedora autora, não há que se falar em violação ao direito de defesa ou de ilegalidade no processo administrativo instaurado pelo PROCON. [...]. Recorrente: Neoenergia Distribuição Brasília S.A. Recorrido: Instituto de Defesa do Consumidor do Distrito Federal - PROCON-DF Relatora: Ana Cantarino, 03 de outubro de 2024. Disponível em: <https://jurisdf.tjdft.jus.br/acordaos/9ce59cca-427c-4c73-aba9-f9c8e601ba94>. Acesso em: 20 out. 2024.

BROOKS, David. **O animal social**: a história de como o sucesso acontece. Tradução de Camila Mello. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

BYRNE, David. **Como funciona a música**. Barueri: Manole, 2014.
CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 9. ed. São Paulo: Summus, 2008.

DANIEL cancela show por problemas de saúde, diz colunista. **Istoé gente**. [S. l.], 20 jan. 2024. Disponível em: <https://istoe.com.br/daniel-cancela-show-por-problemas-de-saude-diz-colunista/>. Acesso em: 02 abr. 2024.

DEYRIES, Bernard; LEMERY, Denys; SADLER, Michael. **História da música: em quadrinhos**. Tradução de Luiz Lorenzo Rivera. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

FARIAS, Edson. Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 647-688, set./dez. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/CKfgpNM88ZHPTwv83rttXpS/>. Acesso em 15 out. 2024.

FERNANDES, Cláudio. Festival de Rock Woodstock. **Brasil escola**. [S. l.], [2024]. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/datas-comemorativas/woodstock-maior-dos-festivais.htm>. Acesso em: 08 ago. 2024.

FERNANDES, Cláudio. História das olimpíadas. **Mundo educação**. [S. l.], [20--]. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/educacao-fisica/historia-das-olimpiadas.htm>. Acesso em: 06 out. 2024.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 14. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2016.

GABRIELE, Beatriz; LOPES, Léo. Após lama, cobras e cancelamento, organização do REP Festival pode ser multada em R\$ 12 milhões. **CNNbrasilpop**. 16 fev. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/apos-lama-cobras-e-cancelamento-organizacao-do-rep-festival-pode-ser-multada-em-r-12-milhoes/>. Acesso em: 18 set. 2024.

GAGLIANO, Pablo Stolze.; PAMPLONA FILHO, Rodolfo Mário Veiga. **Novo curso de direito civil: contratos**. 7. ed. Rio de Janeiro: SaraivaJur, 2024. v.4. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

GALVÃO, André Luiz B.; SILVA, Giszele Cristiane da. **Serviços logísticos: organização e montagem de eventos**. Rio de Janeiro: Érica, 2014. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 4 ed. rev. atual. ampl. e atual. Niterói: Impetrus, 2008.

GIANCOLI, Brunno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: SaraivaJur, 2024. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

GONCALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro: contratos e atos unilaterais**. 20. ed. Rio de Janeiro: SaraivaJur, 2023. v.3. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do consumidor**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

MACIEL, Victor. Festas juninas devem movimentar cerca de R\$ 6 bilhões e 26,2 milhões de pessoas em 2023. **gov.br**. 02 jun. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/festas-juninas-devem-movimentar-cerca-de-r-6-bilhoes-e-26-2-milhoes-de-pessoas-em-2023>. Acesso em: 25 set. 2024.

MATIAS, Marlene. **A arte de receber em eventos**. Barueri: Manole, 2014. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6. ed. Barueri: Marlone, 2013.

MENDONÇA, Maria José A.; PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna A. **Planejamento e Organização de Eventos**. Rio de Janeiro: Érica, 2014. *E-book*. ISBN 9788536511030. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536511030/>. Acesso em: 25 out. 2024.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (11. Câmara cível). **Apelação Cível nº 5193675**. APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO INDENIZATÓRIA - DIREITO DO CONSUMIDOR - CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW - PROBLEMAS TÉCNICOS - FORTUITO INTERNO - REEMBOLSO DO INGRESSO E DESPESAS COM PASSAGENS AÉREAS, HOSPEDAGEM E DESLOCAMENTO AO AEROPORTO - DANOS MORAIS - PERDA DE TEMPO ÚTIL DO CONSUMIDOR - CONFIGURAÇÃO - QUANTUM INDENIZATÓRIO [...]. Recorrente: T4F entretenimento S.A. Recorrido: Jose Rubens Costa, Silvania Valle de Salles Coelho Nunes. Relatora: Des. Shirley Fenzi Bertão, 17 de março 2021. Disponível em:
<https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do?numeroRegistro=1&totalLinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=5193675-64.2019.8.13.0024&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar>. Acesso em: 20 out. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (12. Câmara cível). **Processo nº 5145739-09.2020.8.13.0024. SENTENÇA I - RELATÓRIO SAMIRA GABRIELLI MAGALHÃES DIAS SCARPELLI, LAURA DIAS SCARPELLI ALMEIDA, WILMA MAGALHÃES GONÇALVES DIAS e LÍDIA MAGALHÃES DE MORAES**, já qualificadas nos autos, propuseram a presente **ação de indenização por danos morais e danos materiais** em face de **R&C EVENTOS PROMOÇÕES E PUBLICIDADE LTDA., ALLPARK EMPREENDIMENTOS, PARTICIPAÇÕES E SERVIÇOS S.A e ABC LIVEPASS INGRESSOS LTDA** [...]. Recorrente: SAMIRA GABRIELLI MAGALHAES DIAS SCARPELLI e outros (3) . Recorrido: R & C EVENTOS, PROMOCOES E PUBLICIDADE LTDA. e outros (2). Juiz: Dr. Jefersson Maria, 28 de fev. de 2022. Disponível em: <https://pje-consulta-publica.tjmg.jus.br:443/pje/Processo/ConsultaDocumento/listView.seam?nd=22022809245024400007138850380>. Acesso em: 10 out. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (13. Câmara cível). **Apelação Cível nº 0010941**. APELAÇÃO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS E MATERIAIS. ILEGITIMIDADE PASSIVA. REJEIÇÃO. CERCEAMENTO DE DEFESA. NÃO OCORRÊNCIA. CANCELAMENTO DE SHOW MUSICAL. FORTES CHUVAS NO LOCAL [...]. Recorrente: Aline Faria Alves. Recorrido: Luan Rafael Domingos Santana. Relatora: Des. Ferrara Marcolino, 03 de outubro de 2024. Disponível em:
<https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do?nu>

meroRegistro=1&totalLinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=1.0000.22.202745-0%2F001&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar. Acesso em: 20 out. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (13. Câmara cível). **Apelação Cível nº 5145739**. APELAÇÃO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. CANCELAMENTO REPENTINO DE SHOW. PROBLEMAS DE SAÚDE DO CANTOR. FORTUITO INTERNO. DANOS MATERIAIS. DESPESAS COM VIAGEM. DANOS MORAIS. CONFIGURAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA. [...]. Recorrente: Livepass Ingressos Ltda. e outro(a)(s), Promoções e Publicidade Ltda., Move Concerts, R & C Eventos, Promoções e Publicidade Ltda. Recorrido: Allpark Empreendimentos, Participações e Serviços S.A., L.D.S.A., Lidia Magalhaes de Moraes, Samira Gabrielli Magalhaes Dias Scarpelli e outro(a)(s), Wilma Magalhaes Goncalves Dias. Relator: Des. Luiz Carlos Gomes da Mata, 23 de novembro de 2022. Disponível em: <https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do?numeroRegistro=1&totalLinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=5145739-09.2020.8.13.0024&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar>. Acesso em: 20 out. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (15. Câmara cível). **Apelação Cível nº 5005278**. APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO - ILEGITIMIDADE PASSIVA - TEORIA DA ASSERÇÃO - ADIAMENTO DE EVENTO. DEVER DE COMUNICAÇÃO - DANOS MORAIS - DANOS MATERIAIS [...]. Recorrente: Empresa Brasileira de Comercialização De Ingressos S.A., Evaldo Castello Branco Henriques, F10 Show Produção e Eventos Ltda. Recorrido: Empresa Brasileira de Comercialização de Ingressos S.A., Evaldo Castello Branco Henriques, F10 Show Produção e Eventos Ltda. EPP. Relator: Des. José Américo Martins da Costa, 16 de dezembro de 2022. Disponível em: <https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do?numeroRegistro=1&totalLinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=1.0000.22.058824-8%2F001&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar>. Acesso em: 20 out. 2024.

MINAS GERAIS. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (15. Câmara cível). **Apelação Cível nº 5036109**. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. DANOS MATERIAIS E MORAIS. ATÓ ILÍCITO. ART. - ARTIGOS 186 E 927, AMBOS DO CC. PROVA. AUSÊNCIA. CANCELAMENTO DE SHOW ARTÍSTICO. CASO FORTUITO. FORÇA MAIOR. FALECIMENTO INTEGRANTE DA BANDA. DEVER DE INDENIZAR. AUSÊNCIA. [...]. Recorrente: Isabela de Castro Magalhães; Felipe Mendonça Duarte Coutinho. Recorrido: T4F Entretenimento S.A. Relator: Des. Lúcio de Brito, 09 de novembro de 2023. Disponível em: <https://www5.tjmg.jus.br/jurisprudencia/pesquisaNumeroCNJEspelhoAcordao.do?numeroRegistro=1&totalLinhas=1&linhasPorPagina=10&numeroUnico=1.0000.23.238897-5%2F001&pesquisaNumeroCNJ=Pesquisar>. Acesso em: 20 out. 2024.

MORAES, Alexandre de. **Direito constitucional**. 40. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2024. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

MORAES, Jean (des.). Procon RJ instaura processo sancionatório contra organizadores do Rep Festival: além da mudança de local a poucos dias do evento, a nova estrutura não estava em condições para receber o público. **Ururau jornal online**. 13 fev. 2023. Disponível em :

<https://www.ururau.com.br/noticias/diversao/procon-rj-instaura-processo-sancionatorio-contra-organizadores-do-rep-festival/56585/>. Acesso em: 18 set 2024.

NAFFAH, Ivette Chalela; SOUZA, Cesar. “Dia de rock, bebê”: veja as oportunidades que os grandes festivais de música trazem para as marcas. **Thinkwithgoogle** [Brasil], out. 2022. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/tendencias-de-comportamento/festival-economia-musica-waze/>. Acesso em: 01 ago. 2024.

NAPOLITANO, Marcos. **História & música**. São Paulo: Autêntica, 2005. Coleção História & Reflexões. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

NOGUEIRA, Camila Gomes *et. al.* **Planejamento de eventos**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 15. ed. Rio de Janeiro: SaraivaJur, 2024. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

PADILHA, Rodrigo. **Direito constitucional**. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2019. *E-book*. Plataforma Minha Biblioteca.

PIRES, Gustavo Romero. Eventos esbarram em problemas de infraestrutura: problemas com alagamentos, barro e até mesmo a presença de animais silvestres marcaram shows recentes. **Agemt**. 02 maio 2023. Disponível em: <https://agemt.pucsp.br/noticias/eventos-esbarram-em-problemas-de-infraestrutura>. Acesso em: 18 set. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (39. Vara Cível). **PROCESSO 1056199-16.2023.8.26.0100**. Ellen Cristina Pereira dos Santos propôs ação de indenização por danos materiais e morais contra Ritmo e Poesia Ltda. e INGRESSE - Ingressos Para Eventos S.A. A autora alega que adquiriu um ingresso para o festival denominado Rep Festival, que aconteceria na cidade do Rio de Janeiro – RJ, em 11 e 12 de fevereiro de 2023, transferindo pela plataforma da terceira recorrida. O ingresso custou R\$ 266,06, o transporte para o Rio de Janeiro custou R\$ 185,98 reais e a hospedagem, R\$ 687,24. Contudo, dez dias antes do evento, a localização foi alterada para Guaratiba – RJ, que fica há 28 quilômetros de distância do local original [...]. Recorrente: Hellen Cristina Pereira dos Santos. Recorrido: Ritmo e poesia Ltda e outro Juiz(a) de Direito: Dr(a). Camila Corbucci Monti Manzano, 16 de maio de 2024. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?processo.codigo=2S001OXBj0000&processo.foro=100&conversationId=&cbPesquisa=NMPARTE&dadosConsulta.valorConsulta=ritmo+e+poesia+Ltda&cdForo=-1&paginaConsulta=1> Acesso em: 15 out. 2024.

SEABROOK, John. **The song machine**: inside the hit factory. 1. ed. New York: W. W. Norton & Company, Inc, 2015.

SILVA, Daniel Neves. Samba. **Mundo educação**. [S. l.], [20--]. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/carnaval/samba-produto-morro.htm#:~:text=O%20samba%20surgiu%20no%20começo,obtido%20por%20meio%20dos%20batusques>. Acesso em: 9 out. 2024.

SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 13. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2024.