

A LEI DE BASES DA ACTIVIDADE FÍSICA E DO DESPORTO E OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES

JOÃO LIMA CLUNY ⁽¹⁾

1. Dispõe o artigo 49.º ⁽²⁾, n.º 1, da Lei n.º 5/2007, de 16 de Janeiro — Lei de Bases da Actividade Física e do Desporto (LBAFD) —, do seguinte modo:

A lei define as medidas de protecção dos consumidores, nomeadamente no que se refere à protecção dos interesses económicos e ao direito à informação prévia quanto ao valor a pagar nos espectáculos desportivos praticados ao longo da temporada.

Estamos perante uma inovação ao nível da legislação desportiva em Portugal.

Esta norma aplica o artigo 60.º da Constituição da República Portuguesa (*Direitos dos consumidores*), que tem como objecto a protecção dos consumidores, atribuindo a estes diversos direitos, entre os quais se inserem o direito à informação e o direito à protecção dos seus interesses económicos.

Neste contexto, o legislador decidiu proteger expressamente o consumidor dos espectáculos desportivos, tendo o cuidado de o especificar relativamente às regras gerais de defesa do consumidor.

Esta protecção será determinada por lei na qual se terá em atenção,

⁽¹⁾ Finalista da licenciatura em Direito da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa.

⁽²⁾ Sob a epígrafe “Acesso a espectáculos desportivos”.

entre outros aspectos, a protecção dos interesses económicos dos consumidores e o seu direito à informação prévia relativamente ao valor a pagar nos espectáculos desportivos ao longo da temporada.

A norma não contém, pois, uma enumeração taxativa de matérias sobre as quais o legislador se obriga a legislar, preferindo deixar um espaço em aberto através do qual será possível ir mais longe na defesa dos direitos do consumidor de espectáculos desportivos.

2. Segundo o artigo 2.º da Lei n.º 24/96, de 31 de Julho (que estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores), considera-se consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios.

A mesma lei afirma que os consumidores têm direito quer à informação (artigo 8.º), quer à protecção dos interesses económicos (artigo 9.º).

O artigo 8.º tem como finalidade garantir que o prestador de serviços (em concreto, na LBAFD, o promotor do espectáculo desportivo) informe de forma clara o consumidor sobre as características do serviço prestado, a sua composição e o seu preço, entre outros aspectos.

Ora, a LBAFD faz uma exigência específica no que toca à informação a que o consumidor terá direito: a informação que deve ser obrigatoriamente prestada é a relativa aos preços dos espectáculos desportivos praticados ao longo da temporada.

Já o artigo 9.º tem como fundamento a necessidade de reequilibrar uma relação jurídica que nasce desequilibrada. O consumidor está, em muitos casos, numa situação passível de abuso por parte do prestador de serviços que, usando da sua posição, acaba por impor ao consumidor um conjunto de obrigações de todo injustas. Assim, a LBAFD vem exigir ao legislador de desenvolvimento que tenha em atenção a posição em que se encontram os espectadores de eventos desportivos, evitando que estes sejam alvo de abusos ⁽³⁾.

(3) Como exemplo de uma situação que a nova lei pretende evitar temos o caso verificado na última jornada do Campeonato Nacional de futebol da época 1999/2000,

3.1. A norma da LBAFD, sendo uma inovação em Portugal, refere-se a um tema que no Brasil é alvo de atenção na Lei n.º 10.671, de 15 de Maio de 2003, que “dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e dá outras providências” (EDT).

O EDT estabelece um conjunto de direitos dos espectadores de eventos desportivos que promovem uma protecção dos interesses económicos dos consumidores mediante o acesso às informações necessárias para a satisfação desses interesses.

O *torcedor* brasileiro tem direito à publicidade e à transparência na organização das competições desportivas (artigo 5.º do EDT), através de um conjunto de pressupostos que abarcam, entre outros, aspectos como a publicidade, em local visível, do regulamento da competição, das tabelas de competição e da nomeação dos árbitros (logo que esta seja definida).

O legislador brasileiro decidiu, igualmente, dar a possibilidade ao consumidor de fazer as suas sugestões, propostas e reclamações, que são dirigidas a uma entidade criada especificamente para o efeito: o *Ouvidor da Competição*.

O *torcedor* tem o direito de que esta entidade esteja sempre acessível para receber as suas opiniões e de que tome posição sobre as mesmas (artigo 6.º do EDT), tendo ainda o direito de que o “regulamento, as tabelas da competição e o nome do Ouvidor da Competição sejam divulgados até sessenta dias antes de seu início” (artigo 9.º do EDT).

Por outro lado, o legislador considerou que constitui direito do consumidor ser informado, durante a própria competição, sobre o valor obtido através da venda de bilhetes para o espectáculo desportivo e sobre o número de espectadores pagantes e não-pagantes que presenciaram o evento em causa (artigo 7.º do EDT).

em que os clubes Sport Comércio e Salgueiros e Gil Vicente Futebol Clube, tendo como adversários, respectivamente, o Sporting Clube de Portugal e o Futebol Clube do Porto (ambos com possibilidades de se sagrarem campeões nacionais), decidiram inflacionar os preços dos bilhetes dos respectivos jogos. Os grandes prejudicados foram os espectadores que acabaram por ter de pagar um valor demasiado elevado para o espectáculo a que queriam assistir.

3.2. Numa perspectiva de transparência do próprio espectáculo, o consumidor tem, no Brasil, o direito de que “os árbitros e seus auxiliares entreguem, até quatro horas contadas do término da partida, a súmula e os relatórios da partida ao representante da entidade responsável da competição” (artigo 11.º do EDT) que, por sua vez, tem a obrigação de dar “publicidade à súmula e aos relatórios da partida” (artigo 12.º do EDT) no “sítio dedicado exclusivamente à competição” na Internet (parágrafo único do artigo 5.º do EDT), até “catorze horas do primeiro dia útil subsequente ao da realização da partida” (parte final do artigo 12.º do EDT).

Por outro lado, ao nível da relação contratual entre o consumidor e o organizador do evento desportivo, o EDT considera, no seu artigo 22.º, que é direito do *torcedor* que os bilhetes sejam numerados e que lhe seja possibilitada a ocupação do local correspondente ao número constante do ingresso.

3.3. Anote-se, ainda, três outros pontos presentes no EDT que se considera possíveis de serem considerados no momento da concretização legal da norma da LBAFD.

Por um lado, o § 2.º do artigo 28.º do EDT, considera ser proibido “impor preços excessivos ou aumentar sem justa causa os preços dos produtos alimentícios comercializados no local de realização do evento desportivo”, prática comum em Portugal ⁽⁴⁾.

Por outro lado, é garantido ao *torcedor* brasileiro que os árbitros são escolhidos mediante sorteio e que esse sorteio será aberto ao público, sendo sempre garantida a sua ampla divulgação (artigo 32.º do EDT).

Finalmente, considero ser muito importante a especificação feita no artigo 35.º do EDT, referente à exigência da mesma publicidade para as decisões da Justiça Desportiva relativamente à exigida para as decisões dos tribunais federais. Através desta medida, tem-se como

⁽⁴⁾ De legalidade duvidosa.

É frequente vermos serem comercializados produtos por um valor superior ao dobro do habitualmente praticado no mercado.

objectivo garantir a publicidade e a transparência das decisões proferidas pelos órgãos de justiça desportiva, pois se considera que estas merecem um tratamento igual a qualquer decisão tomada num tribunal judicial.

4. Como pudemos verificar, o legislador brasileiro aprofundou de uma forma muito particular os direitos do consumidor de eventos desportivos. Este exemplo deve, na minha opinião, ser atendido pelo legislador português aquando da concretização do alcance do artigo 49.º da LBAFD.

Em primeiro lugar, considero ser da maior utilidade o surgimento de uma entidade semelhante ao “Ouvidor da Competição”. A possibilidade da existência de uma interacção (verídica e não apenas fictícia) entre os espectadores e os organizadores das competições seria a melhor forma de aumentar o interesse daqueles e de promover o Desporto em si mesmo, em particular o profissional. De facto, o desporto profissional não existe sem espectadores e estes só se poderão interessar se o espectáculo tiver correspondência com as suas expectativas.

Em segundo lugar, estando numa posição contratual enfraquecida, os consumidores devem ver protegidos com especial cuidado os seus direitos. Parece-me claro que não deve ser admissível que um adepto tenha de pagar um valor totalmente desproporcional à realidade, para poder adquirir um bilhete, só porque o seu clube tem oportunidade de, num determinado jogo, se tornar campeão nacional.

Neste sentido, aplaude-se a consagração do direito dos consumidores à “informação prévia quanto ao valor a pagar nos espectáculos desportivos ao longo da temporada”, previsto no final da norma da LBAFD.

Questiono, no entanto, o comportamento adoptado por alguns clubes que vendem bilhetes destinados aos adeptos adversários a valores muito superiores ao dos seus adeptos. Consciente de que o tratamento não deve ser totalmente igual, parece-nos, contudo, que a prática abusiva, que tem como objectivo único desencorajar os adeptos adversários de presenciarem o evento desportivo, deverá ser expressamente sancionada.

Com efeito, os consumidores não devem ser tratados de forma tão desproporcional, devendo o preço dos bilhetes ser equilibrado entre os adeptos das duas equipas.

Questão conexas prende-se com a diferença de preços dos bilhetes destinados aos consumidores que são associados do clube organizador e os destinados ao público em geral.

Entende-se não estar perante uma violação do princípio da igualdade, desde que a diferença seja proporcional à vantagem de se ser “sócio” de um clube desportivo. O consumidor em questão paga uma quotização destinada a beneficiar de algumas regalias, entre as quais surge-nos admissível uma diferença ao nível do preço dos bilhetes dos eventos desportivos organizados pelo clube de que é “sócio”.

5. Ao nível da transparência da competição é importante observar que os espectadores de eventos desportivos têm por objectivo presenciar espectáculos honestos, ou seja, quando compram um ingresso têm a legítima expectativa de observarem “apenas” uma competição desportiva. Esta expectativa deve ser protegida pelo legislador, como acontece em diversos preceitos do EDT. Ora, em Portugal esta protecção da transparência dos espectáculos desportivos é, na minha opinião, muito ténue. Não há a exigência de um sorteio para a designação dos árbitros (pelo menos em todas as modalidades) e, nos casos em que este acontece, o mesmo não é público, sendo, inclusive alvo de muitas suspeitas. No que diz respeito aos relatórios que os árbitros devem apresentar após cada partida, sabemos que em Portugal estes estão, em diversas ocasiões, envoltos em grande polémica. Talvez a sua publicidade a todos os interessados (logo após o final dos jogos) pudesse garantir uma maior transparência, que permitiria um maior respeito pelos interesses económicos de quem decidiu comprar um bilhete para um espectáculo desportivo.

6. Finalmente aborde-se uma derradeira questão, relativa aos contratos celebrados entre os consumidores de eventos desportivos e os seus organizadores. Na protecção dos interesses económicos dos espectadores, considera-se que o legislador deve ter uma particular atenção

a duas situações concernentes ao respeito pontual do contrato celebrado entre as partes.

A primeira refere-se à situação em que o consumidor adquire um bilhete para um lugar específico do local onde se realiza o evento desportivo. Muitas são as ocasiões em que, mesmo tendo um lugar marcado previamente, não é possibilitado ao consumidor ocupar o lugar em questão. Neste caso, estamos perante uma desconformidade entre o serviço prestado e o serviço contratado. Como afirma JORGE MATTAMOUROS REZENDE ⁽⁵⁾, “estes factos são subsumíveis no conceito de desconformidade, porquanto as condições em que o consumidor assistiu ao espectáculo foram diferentes das contratadas — apesar do Decreto-Lei n.º 67/2003 não se aplicar à prestação de serviços em relações de consumo, entende-se que o conceito de desconformidade extravasa hoje no nosso ordenamento jurídico o regime da compra e venda para consumo”, pelo que os direitos garantidos nesse decreto-lei deverão ser aplicados, da mesma forma, aos espectadores de eventos desportivos.

O segundo caso, prende-se com a situação em que um consumidor adquire um ingresso para assistir a um espectáculo que acaba por não se realizar. Nesta hipótese, considero que deve ser garantido ao consumidor o direito de reaver o valor do bilhete num período de tempo razoável, não devendo o espectador ser “obrigado” a presenciar ao evento noutra data em que este se realize.

7. O n.º 1 do artigo 49.º da LBAFD é, como já foi referido, uma inovação no que diz respeito à legislação desportiva portuguesa.

O legislador sentiu necessidade de, pela primeira vez, afirmar explicitamente os direitos que o espectador de eventos desportivos deve ver salvaguardados.

Contudo, fá-lo de forma demasiado genérica, deixando a especificação para futuro desenvolvimento normativo. Foi neste contexto que

⁽⁵⁾ “Jogo de Futebol. Desconformidade”, em *Conflitos de Consumo*, Almeida, Coimbra, 2006, pp. 153-155.

se procurou enquadrar algumas das situações que devem ser alvo dessa pormenorização legislativa. Tendo como objectivo proteger aqueles que são a razão de ser dos espectáculos desportivos, defende-se que é essencial uma maior transparência do desporto em Portugal e uma efectiva defesa dos direitos e interesses económicos de todos os consumidores que contratam com os organizadores desses eventos.