

São Paulo, 10 de outubro de 2017.

Nota Técnica nº 01/2017 - PROCON PAULISTANO.

Processo Administrativo: 2017-0.154.983-9

Interessado: PROCON Paulistano

Assunto: Comércio irregular de sacolas plásticas por redes de supermercados.

1. RELATÓRIO

Versa o presente sobre condutas irregulares adotadas por redes de supermercados, consistentes na venda de sacolas plásticas com o logotipo das respectivas marcas, colocando o consumidor em desvantagem exagerada.

O Departamento de Defesa do Consumidor do Município de São Paulo recebeu denúncia do Dr. Arthur Luis Mendonça Rollo, Secretário Nacional do Consumidor, relatando a irregularidade.

Foram realizadas diligências de orientação em alguns estabelecimentos, que resultaram em notificações aos estabelecimentos.

Faremos a seguir breves considerações a respeito do tema, concluindo ao final com orientação e recomendação quanto à conduta adequada a ser adotadas pelos fornecedores.

2. DAS NORMAS MUNICIPAIS

Inicialmente, é importante destacar que no Município de São Paulo vigora a Lei Municipal nº 15.374/11, que proíbe não só a distribuição gratuita de sacolas plásticas, mas também a sua venda em todos os estabelecimentos comerciais do Município de São Paulo.

Vejamos:

AR

“Art. 1º Fica proibida a distribuição gratuita ou a venda de sacolas plásticas para os consumidores para o acondicionamento e transporte de mercadorias adquiridas em estabelecimentos comerciais do Município de São Paulo”.

Com a edição do Decreto Municipal nº 55.827/15 a proibição foi mantida, porém houve permissão que os estabelecimentos comerciais estimulassem o uso de sacolas reutilizáveis, desde que atendidas as especificações da Autoridade Municipal de Limpeza Urbana – AMLURB:

“Art. 2º Os estabelecimentos comerciais devem estimular o uso de sacolas reutilizáveis, assim consideradas aquelas que sejam confeccionadas com material resistente e que suportem o acondicionamento e transporte de produtos e mercadorias em geral.

Art. 3º Consideram-se sacolas reutilizáveis, para fins dispostos no artigo 2º deste decreto, as sacolas para coleta seletiva de resíduos sólidos domiciliares secos que atendam às especificações a serem definidas pela Autoridade Municipal de Limpeza Urbana- AMLURB”.

A AMLURB, por sua vez, editou a Resolução nº 55/AMLURB/2015, que prevê as seguintes especificações das sacolas bioplásticas:

“Artigo 4º. O modelo de sacolas reutilizáveis para coleta seletiva de resíduos sólidos domiciliares secos, a partir dos conceitos de economia circular a serem aplicados na Cidade de São Paulo, deverá:

I - ser pigmentado na cor verde claro, em teor de composição que possibilite a sacola ser translúcida para verificação dos resíduos depositados internamente.

II - ser fabricado com composição mínima de 51% (cinquenta e um por cento) de matéria prima proveniente de tecnologias

Am

sustentáveis: bioplásticos, de fontes renováveis ou naturais de recomposição e reciclável;

III – possuir dimensão mínima: 48 x 55 centímetros;

IV – possuir espessura mínima: 30 micras;

V – possuir área mínima: 2640 centímetros quadrados;

VI – suportar carga a partir de 9,99 kg;

Artigo 5º. O modelo de sacolas reutilizáveis para coleta convencional de resíduos sólidos domiciliares indiferenciados/rejeitos deverá:

I - ser pigmentado na cor cinza clara, em teor de composição que possibilite a sacola ser translúcida para verificação dos resíduos depositados internamente.

II - ser fabricado com composição mínima de 51% (cinquenta e um por cento) de matéria prima proveniente de tecnologias sustentáveis: bioplásticos, de fontes renováveis ou naturais de recomposição;

III – possuir dimensão mínima: 48 x 55 centímetros;

IV – possuir espessura mínima: 30 micras;

V – possuir área mínima: 2640 centímetros quadrados;

VI – suportar carga a partir de 9,99 kg.

Artigo 6º. Fica proibida a utilização de materiais oxibiodegradáveis e oxidegradáveis para a fabricação das sacolas objeto desta resolução.

Artigo 7º. As características dos modelos de sacolas bioplásticas objeto desta resolução deverão atender as exigências ABNT, nos termos da norma NBR 14937:2010.

Parágrafo único- As sacolas bioplásticas objeto dessa resolução deverão atender os requisitos NBR 14937 no que concerne ao aspecto visual, dimensão, espessura, resistência ao impacto por queda de dardo, resistência dinâmica, resistência a carga estática e resistência a perfuração estática.

AR

Artigo 8º. A identidade visual das sacolas deverá seguir a seguinte diagramação:

I. Frente e laterais: atender o item 7 da norma ABNT, NBR 14937:2010, de marcação e identificação, e conteúdos comerciais definidos pelo estabelecimento comercial.

II. Verso do modelo da sacola verde: veicular a comunicação sobre a Coleta Seletiva de Resíduos Sólidos Domiciliares Secos da Cidade de São Paulo, no padrão definido pelo Anexo I desta Resolução.

III. Verso do modelo de sacola cinza: veicular a comunicação sobre a Coleta Convencional de Resíduos Sólidos Domiciliares Indiferenciados / Rejeitos, no padrão definido pelo Anexo II desta Resolução”.

3. DA COBRANÇA PELO VALOR DA SACOLA QUE CONTENHA O LOGOTIPO DO ESTABELECIMENTO E DA IRREGULARIDADE FRENTE ÀS NORMAS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

É importante destacar que não há norma disciplinando a cobrança por sacolas plásticas no Município de São Paulo.

Assim, a forma de estímulo do uso de sacolas bioplásticas pode, em tese, ocorrer pela distribuição gratuita ou pela comercialização.

Caso o estabelecimento opte pela comercialização das sacolas bioplásticas, poderá ser cobrado do consumidor o custo daquelas que não contenham o logotipo do estabelecimento, de modo que esse não se obrigue a pagar para realizar publicidade de determinado fornecedor.

Cabe aqui destacar a diferença entre publicidade e propaganda. A propaganda é o anúncio que possui veiculação paga, como em revistas e/ou televisão; já a publicidade é a classificação da comunicação não paga, de modo que essa pode ocorrer de forma espontânea.

AR

Na situação apontada (venda de sacolas bioplásticas com o logotipo do estabelecimento), a publicidade não ocorre de forma espontânea, posto que o consumidor não possui a opção de realizar ou não; por outro lado, não podemos caracterizar como uma propaganda, já que não possui veiculação paga pelo fornecedor. Assim, a veiculação da publicidade, na forma como praticada pelos fornecedores, mostra-se onerosa ao consumidor.

Ora, a conduta do fornecedor não é livre, ficando balizada pelas normas do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, fica nítida a violação aos seguintes artigos do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

[...]”

“Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.”

“Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.”

AL

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva”

“Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

[...]

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

[...]

XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

[...]

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.”

AR

4. CONCLUSÃO

Diante do exposto, o PROCON Paulistano conclui que:

- caso o fornecedor opte pela comercialização da sacola bioplástica, essa não deve conter o logotipo da empresa, de forma que consumidor não faça uma publicidade ou propaganda para o fornecedor e ainda tenha de pagar por isso;

- caso o fornecedor opte pela inserção do logotipo da empresa na sacola bioplástica, a distribuição deverá ser gratuita.

O descumprimento, pelos estabelecimentos, das diretrizes acima, constitui violação às normas contidas nos artigos 6º, inciso IV; 36, *caput*; 37, §1º; 39, incisos IV e V; e 51, incisos III, IV, XV e § 1º, todos do Código de Defesa do Consumidor, Lei Federal nº 8.078/90.

Transmita-se a presente Nota Técnica à SENACON, à Fundação PROCON SP, à Defensoria Pública do Estado de São Paulo, ao Ministério Público do Estado de São Paulo, à Secretaria Municipal do Verde e Meio Ambiente, à Autoridade Municipal de Limpeza Urbana e à Associação Paulista de Supermercados - APAS, para ciência.



ADRIANO NONATO ROSETTI
Procurador do Município de São Paulo
Diretor do PROCON PAULISTANO
OAB/SP Nº 249.115