

[Identificação do processo] Nº 19.16.3594.0053637/2022-21/ 2022

Parecer nº 13/2022 - PGJMG/PROCON-MG/ASJUP

EMENTA: SACOLAS PLÁSTICAS BIODEGRADÁVEIS/RECICLÁVEIS - LEGISLAÇÃO ESTADUAL - NÃO OBRIGATORIEDADE DE DISTRIBUIÇÃO GRATUITA - POSSIBILIDADE DE VENDA - BRANCAS/LISAS - SEM LOGOMARCA DO FORNECEDOR - PUBLICIDADE INDIRETA

ASSUNTO: (I)LEGALIDADE DA VENDA DE SACOLAS PLÁSTICAS BIODEGRADÁVEIS/RECICLÁVEIS COM A LOGOMARCA DA EMPRESA OU CARACTERÍSTICAS QUE IDENTIFIQUEM O ESTABELECIMENTO OU REDE, DE FORMA OPCIONAL, OU SEJA, QUANDO A EMPRESA DISPÕE DE SACOLAS BRANCAS/LISAS, SEM A LOGOMARCA.

1. RELATÓRIO

Trata-se de solicitação de apoio encaminhada pelo Procon Municipal de Poços de Caldas, envolvendo a suspensão, por parte dos supermercados locais, da disponibilização de sacolas plásticas aos consumidores, sob alegação de preservação ecológica.

Ato contínuo à informação prestada pelos supermercados da localidade sobre referida conduta, o Procon Municipal encaminhou ofício circular aos fornecedores no seguinte sentido:

- 1) É vedado ao estabelecimento comercial obrigar a aquisição de sacolas plásticas e/ou retornáveis pelos consumidores;
- 2) É defeso ao consumidor ter acesso a caixas e/ou outros meios para transporte dos produtos adquiridos no estabelecimento;
- 3) As sacolas colocadas à venda não poderão conter qualquer publicidade e/ou logomarca do estabelecimento comercial;
- 4) A suspensão da distribuição, assim como a implantação da venda das sacolas deverão ser divulgadas de forma ostensiva, clara e de fácil compreensão, assim como os valores das mesmas.

Após a divulgação do ofício, surgiram questionamentos quanto à legalidade da venda de sacolas com a logomarca da empresa (item 4), de forma opcional. Após manifestarem concordância em relação à prática, o referido Procon municipal solicitou apoio a esta assessoria quanto à (i)legalidade.

Tem-se que o entendimento do Procon Poços de Caldas é no sentido de que a venda de sacolas com logomarca é “permitida, desde que haja informação clara e adequada ao consumidor quanto a sua opção de compra, sendo que a sacola contendo a logomarca jamais poderá ter preço mais atrativo do que aquela que não detém a marca”.

2. FUNDAMENTAÇÃO

Em geral, o objetivo de legislações sobre sacolas plásticas é diminuir o impacto de tais produtos no meio ambiente, seja pela proibição de seu fornecimento gratuito ou pela definição de materiais de sua composição. Entretanto, na contramão das ações de preservação do meio ambiente, alguns municípios têm aprovado leis

obrigando a distribuição gratuita das sacolas.

2.1 Da legislação sobre sacola plásticas no Estado de Minas Gerais

Em Minas Gerais também foi discutido o uso de sacolas plásticas no âmbito legislativo:

Em janeiro de 2014, foi vetada a Proposição de Lei 22.260 que tornava sacolinhas biodegradáveis obrigatórias. **O projeto obrigava os estabelecimentos a distribuir gratuitamente aos clientes somente “sacos ou sacolas plásticas descartáveis oxibiodegradáveis ou biodegradáveis”**. Ao expor as razões do veto sobre esta lei, Antonio Anastasia, então Governador, afirmou que tal **ação ocasionaria aumento de custos para o fornecedor e, conseqüentemente, para o consumidor final.**

Já em 12 de julho de 2014, **foi sancionada a Lei Estadual n. 21.412/14, que entrou em vigor em janeiro de 2015**, e estabelece normas para a disponibilização de sacola plástica ao consumidor por estabelecimentos mineiros.

A nova legislação determina que, nas sacolas fornecidas pelo comércio, constem, em caracteres visíveis, informações sobre peso e volume por elas suportados, conforme as especificações da ABNT, declaração expressa de que as sacolinhas atendem referida norma, bem como dados do fabricante.

Art. 1º Nas sacolas fornecidas ao consumidor para transporte de produto adquirido em estabelecimento comercial varejista instalado no território do Estado deverá constar, em caracteres visíveis, informação sobre o peso e o volume por elas suportados, conforme as especificações definidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Art. 2º Os estabelecimentos a que se refere o art. 1º disponibilizarão sacolas plásticas recicláveis, biodegradáveis ou oxibiodegradáveis, destinadas ao acondicionamento e transporte das mercadorias neles adquiridas.

§ 1º Para os fins deste artigo, considera-se:

I - sacola plástica reciclável aquela produzida em conformidade com a Norma Técnica NBR 14937, editada pela ABNT;

II - sacola biodegradável aquela produzida em conformidade com as Normas Técnicas NBR 14937 e 15448-2, editadas pela ABNT;

III - sacola oxibiodegradável aquela que contém na sua formulação aditivo acelerador do processo de degradação.

§ 2º Somente será permitida a disponibilização de sacolas biodegradáveis nos municípios onde haja coleta seletiva e usina de compostagem com capacidade para atender à fração orgânica dos resíduos do município.

Art. 3º Deverão constar nas sacolas plásticas, além da informação a que se refere o art. 1º, impressos em caracteres visíveis e de forma clara:

I - nome e CNPJ de seu fabricante;

II - declaração expressa de que a sacola atende às especificações definidas pela ABNT. (Lei Estadual n. 21.412/14 de Minas Gerais. Estabelece normas para a disponibilização, por estabelecimento comercial, de sacola plástica ao consumidor.)

Isto posto, atualmente, **na esfera estadual, é possível a disponibilização de sacolas plásticas, recicláveis, biodegradáveis ou oxibiodegradáveis, desde que respeitados os requisitos da Lei Estadual nº 21.412/14**. Entretanto, tal como explicado pelo veto da Proposição de Lei nº 22.260, é possível perceber que **sua distribuição não é obrigatória**.

2.1.1 Lei Municipal de Belo Horizonte nº 9.529/2008

Em Belo Horizonte, a **Lei 9.529/2008, regulamentada pelo Decreto nº 14.367/2011**, baniu do comércio municipal as sacolas plásticas convencionais, derivadas do petróleo, feitos de polietileno. Tal norma municipal

incide sobre qualquer tipo de estabelecimento comercial, entre supermercados, lojas, drogarias e outros, que, ao disponibilizar sacolas plásticas, deverão observar se as mesmas foram fabricadas com **materiais reaproveitáveis, recicláveis ou biodegradáveis**.

Nesse sentido, algumas lojas aderiram à cobrança pelas sacolas recicláveis biodegradáveis, com selo da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), ou retornáveis, enquanto outras aboliram as sacolas, sem oferecer alternativas para os clientes.

Em Abril de 2012, o Procon-MG proferiu decisão administrativa **proibindo a comercialização das sacolas sob o pretexto de que os consumidores estavam sendo lesados, já que o valor das embalagens biodegradáveis eram abusivas, o produto era frágil e os supermercados lucravam com a venda das sacolas**. Ainda, de acordo com o órgão ministerial, a substituição das sacolas plásticas pelas biodegradáveis não surte efeitos benéficos ao meio ambiente, uma vez que BH não tem usina de compostagem para descartar corretamente o material. Essa nova realidade do mercado, inspirada numa suposta proteção ambiental, teve, como efeito colateral, a formação de cartel e a lesão a outros princípios de ordem econômica, como a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor” destacou, à época, o promotor de Justiça, Amauri Artimos da Matta^[1].

Já em novembro de 2012, a venda de sacolas foi proibida pelo TJMG (1337018-36.2012.8.13.0024). Entretanto, segundo a assessoria do Tribunal de Justiça, **"a decisão não determina se os estabelecimentos serão obrigados a distribuir de forma gratuita as sacolas plásticas biodegradáveis**. Dessa forma, voltou a valer decisão administrativa anterior, de 2012, do Procon-MG, que estabelece que a venda está proibida, mas a oferta do produto de forma gratuita fica a critério de loja ou supermercado”^[2].

2.2. RE732686. Constitucionalidade de Leis Municipais que proíbam a distribuição ou venda de sacolas plásticas.

Sobre a cobrança das sacolas plásticas, de forma geral, em Minas Gerais, não seria prática ilegal, já que não há lei que proíba, nem que obrigue a sua distribuição gratuita. Entretanto, é importante salientar que **pode haver lei municipal que norteie a possibilidade ou não de disponibilizar as sacolas, seja gratuita ou não**.

Recentemente, o Supremo Tribunal Federal, por meio do RE732686 com repercussão geral, fixou a tese de que **“É constitucional, formal e materialmente, lei municipal que obriga a substituição de sacos e sacolas plásticas por sacos e sacolas biodegradáveis”**.

De acordo com o ministro Luiz Fux, a questão reclamava um posicionamento definitivo da Suprema Corte *"para pacificação das relações e, conseqüentemente, para trazer segurança jurídica aos jurisdicionados, havendo diversos casos em que se discute matéria análoga"*, e ainda *"seria louvável a preocupação de inúmeros municípios quanto às políticas ambientais para reduzir a quantidade de sacos plásticos leves produzidos e consumidos, bem como a preferência por soluções, em tese, ambientalmente mais sustentáveis"*.

Da decisão, entendeu-se que os municípios têm competência supletiva em legislação sobre o meio ambiente, e assim, deve prevalecer a competência mais protetiva ao meio ambiente.

Frisa-se que o ministro Alexandre de Moraes ressaltou que a autorização está relacionada às sacolas plásticas que carregam os produtos comprados e não as embalagens, como, por exemplo, em situações de venda de produtos a granel, como frutas, sem a sacola plástica, e por isso, a decisão não fere o direito do consumidor. A ministra Cármen Lúcia ponderou também que o varejo e os consumidores se adaptam às novas formas de consumo e de carregar os produtos, seja por sacolas biodegradáveis, seja pelo uso de caixas de papelão.

Assim, importante frisar que o STF, quando decide pela constitucionalidade dessas leis, obriga a observância de legislação municipal vigente que acrescente ou especifique regras sobre o uso dessas sacolas. A Corte também concedeu o prazo de 12 meses para o comércio se adaptar e substituir as sacolas conforme a legislação da localidade.

2.3. Da impossibilidade de caracterizar a venda de sacolas como venda-casada

Respeitadas opiniões divergentes, não configura venda-casada a aquisição de sacolas no supermercado.

Nenhum consumidor fica obrigado a sua aquisição. Trata-se de uma faculdade. Isto é, não há impedimento ao consumidor se este quiser levar suas próprias sacolas, ou ainda, utilizar outros meios para o transporte da compra.

A comercialização de sacos plásticos não é feita coercitivamente, ou de forma imposta pelo estabelecimento, sendo assim, não há de se falar em abuso de direito.

No âmbito do Direito Tributário, recentemente, decidiu o STJ que as sacolas plásticas não constituem insumo para o supermercado, vez que, para configurar como, é necessário que o produto seja essencial ao exercício da atividade produtiva.

CREDITAMENTO. PRINCÍPIO DA NÃO CUMULATIVIDADE. PRODUTO INTERMEDIÁRIO. ESSENCIALIDADE. BEM DE CONSUMO OU USO. SACOLAS PLÁSTICAS. FILMES PLÁSTICOS. BANDEJAS. ART. 170 DO CTN. COMPENSAÇÃO TRIBUTÁRIA. EXISTÊNCIA DE LEGISLAÇÃO ESTADUAL. INTERPRETAÇÃO DE LEI LOCAL. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA 280/STF. 1. Controverte-se nos autos a respeito da imprescindibilidade do fornecimento de sacolas plásticas, filmes plásticos e bandejas de isopor na comercialização dos produtos vendidos em supermercado, para fins de creditamento do ICMS. 2. As sacolas plásticas são colocadas à disposição dos clientes, para acomodar e facilitar o carregamento dos produtos; os sacos e filmes plásticos, transparentes e de leve espessura, envolvem os produtos perecíveis (como carnes, bolo, torta, queijos, presuntos) e revestem e protegem o alimento; as bandejas acomodam o produto a ser comercializado. 3. **"Os insumos que geram direito ao creditamento são aqueles que, extrapolando a condição de mera facilidade, se incorporam ao produto final, de forma a modificar a maneira como esse se apresenta e configurar parte essencial do processo produtivo"** (AgInt no REsp 1.802.032/RS, Rel. Ministro Mauro Campbell Marques, Segunda Turma, julgado em 20/8/2019, DJe 27/8/2019) . 4. O Superior Tribunal de Justiça possui precedentes no sentido de que, para fins de creditamento de ICMS, é necessário que o produto seja essencial ao exercício da atividade produtiva para que seja considerado insumo (AgInt no AREsp 424.110/PA, Rel. Ministro Sérgio Kukina, Primeira Turma, julgado em 19/2/2019, DJe 26/2/2019, DJe 25/2/2019). 5. As sacolas plásticas, postas à disposição do clientes para o transporte dos produtos, não são insumos essenciais à comercialização de produtos pelos supermercados. Nesse sentido: REsp 1.808.979/RS, Rel. Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 11/6/2019, DJe 1/7/2019 (STJ. RECURSO ESPECIAL Nº 1.830.894 - RS (2019/0233889-9). RELATOR : MINISTRO BENEDITO GONÇALVES. Data do Julgamento: 05/03/2020). (grifo nosso)

Ora, pois, se a sacola não é essencial a prática produtiva do estabelecimento, poderia ainda, caso desejasse, não fornecê-la.

Ainda, em sua decisão, Benedito Gonçalves disse que a aplicação do direito tributário não pode ignorar o esforço atual pela redução da utilização de sacolas plásticas, dado que, ao permitir o "creditamento" de ICMS em sua aquisição, "o Judiciário acaba por caracterizá-las como insumos essenciais e que se incorporam à atividade desenvolvida pelos supermercados, **o que vai na contramão de todas as políticas públicas de estímulo ao uso de sacolas reutilizáveis por parte dos consumidores"**.

Trazendo tais definições a seara consumerista, tendo o tribunal superior decidido que as sacolas plásticas não são essenciais à mercancia dos produtos por parte dos supermercados, forçoso seria a caracterização de sua comercialização como venda casada (art. 39, I, CDC), pois há outros meios disponíveis para que o consumidor retire a mercadoria, como por exemplo, aquelas elencadas pela ABRAS^[3], quando da Disponibilização de **orientações sobre o consumo consciente e redução do uso de sacolas plásticas para consumidores:**

- Compras de supermercados podem ser transportadas em sacolas retornáveis, caixas de papelão, carrinhos de feira.
- Pequenos objetos podem ser transportados nos bolsos, bolsas e até mesmo nas mãos.
- A separação de lixo reciclável também diminui o uso de sacolas plásticas, pois o lixo seco (reciclável) não precisa ser armazenado em sacolinhas ou sacos de lixo, podendo ser depositado diretamente no coletor ou encaminhado a cooperativas de reciclagem. Assim, será necessário acondicionar em sacos plásticos apenas o lixo orgânico, diminuindo consideravelmente o volume de resíduos.

- O “movimento” pode começar com o engajamento do comércio local: supermercados, farmácias e padarias.

Destaca-se, entretanto, o entendimento do promotor de Justiça Fernando Ferreira Abreu, da 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Belo Horizonte/MG, de que “a sacola retornável, cobrada pelo supermercado, deve ser mais uma alternativa e o consumidor tem o direito de escolher se quer ou não comprá-la. Ele não deve ser obrigado a adquirir só porque não tem outra opção para carregar suas compras” (NF. nº. MPMG-0024.16.016235-0).

Nesse sentido, inclusive, ratifica-se o alerta sobre as caixas de papelão comumente utilizadas, e que tem seu uso estimulado, para que, antes de utilizá-la, verifique-se “se as caixas não estão com cheiro de produtos químicos, se ficaram expostas a insetos, animais ou restos orgânicos, que causam algum tipo de contaminação que possa ser transmitida ao alimento acondicionado nesta caixa”.

2.4. Comércio das sacolas com logomarca dos estabelecimentos

A respeito da **possibilidade de realizar comércio das sacolas com a logomarca dos estabelecimentos, vale pontuar**, primeiramente, que a publicidade tem a função de divulgar e propagar a ideia de uma marca, de produtos ou serviços. Ela cria meios para que as pessoas conheçam o que ela está divulgando, neste caso, o estampamento da logomarca da empresa, por vezes junto ao seu endereço/telefone, etc.

O que se pretende com a proibição do comércio de sacolas que contenham publicidade do estabelecimento é evitar que o consumidor pague pela sacola e faça “publicidade gratuita” do estabelecimento, sem que assim o perceba. Importante destacar, nesse ponto, a diferença quando o consumidor adquire, por sua livre escolha, algum produto, que ostente determinada marca (um telefone, uma camiseta ou até mesmo uma bolsa/sacola de compras, etc.).

Em São Paulo, por exemplo, a Lei nº 15.374/2011 estipula que os estabelecimentos apenas poderão comercializar as sacolas que não contiverem o logotipo da empresa, para que o consumidor não exerça propaganda ou publicidade para o fornecedor gratuitamente, e ainda pagar por ela.

Nesse sentido, o Procon paulistano, publicou a Nota Técnica nº 01/2017^[4] que diz:

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.

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.

É bastante comum que os estabelecimentos forneçam sacolas personalizadas contendo a marca e outras informações sobre o mercado. A prática é uma forma de publicidade, tendo em vista que apresenta a empresa a outras pessoas.

Nesse sentido, ao impelir a propaganda nas sacolas comercializadas, o fornecedor estaria infringindo as seguintes normativas:

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

[...]

IV - **prevaler-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.”

O PROCON CAMPOS - RJ^[5], por meio da Nota Técnica 05/2021, também se posicionou acerca do impedimento da publicidade nas sacolas plásticas, sem anuência do consumidor. Senão porque, não há obrigatoriedade na compra da sacola pelo consumidor, entretanto, a vantagem obtida pelo fornecedor utilizando a sua marca na única sacola disponível para compra, nos moldes estabelecidos pela lei, configura prática abusiva:

Tem-se como evidente que a intenção do legislador não foi propiciar aos fornecedores mais um artifício para auferir lucro na relação de consumo e sim, como se defende de forma recalcitrante, conscientizar o consumidor e o fornecedor quanto às necessidades ambientais urgentes.

E nesta senda, considerando que a publicidade estampada nas sacolas, letreiros, comerciais e demais meios de comunicação absorvem lucro imediato ao fornecedor, fazendo parte da sua atividade comercial lucrativa, este serviço não pode ser repassado ao consumidor estando em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor, sendo tal prática iníqua e incompatível com a boa fé.

Entende-se que não há obrigatoriedade na compra da sacola pelo consumidor, entretanto, a vantagem obtida pelo fornecedor utilizando sua marca na única sacola disponível para compra, nos moldes estabelecidos pela lei, configura prática abusiva prevista no Código de Defesa do Consumidor, derivando pura e simplesmente de oportunismo do empresário. Diferente seria se o comerciante disponibilizasse de forma gratuita as referidas sacolas.

O tema é controverso e, a despeito de Minas Gerais não ter legislação específica, é necessário verificar a existência de normas municipais, enquanto não há a decisão do Supremo (supra), item 2.2, quanto à competência municipal para legislar sob tal teor.

De toda sorte, mesmo com a ausência de legislação, é possível entender que, ao comercializar as sacolas plásticas com a logo do supermercado, **há imposição da publicidade indireta, paga pelo consumidor, vez que o consumidor não consegue, de forma fácil e imediata, identificá-la como tal**, o que é vedado pela Lei Federal nº 8.078/1990.

Isto, inclusive porque, à medida que a embalagem é usada como **fator de captação de público consumidor**, impingir que o consumidor pague por publicidade gratuita, ou mais, que arque com os custos da publicidade, evidência a vantagem excessiva.

Nesse sentido, a distribuição das sacolas com a logomarca devem ser gratuitas, enquanto as brancas/lisas podem ser comercializadas, desde que respeitadas as regras da norma estadual, quanto ao material usado na fabricação.

Assim, caso este seja o cenário de distribuição gratuita da primeira e venda da segunda, é necessário fiscalizar e garantir o princípio da transparência e informação. O CDC preconiza que as relações de consumo devem primar pela transparência, o que impõe às partes o dever de lealdade recíproca antes, durante e depois da negociação. Assim, a informação repassada ao consumidor integra o conteúdo do contrato e as cláusulas que impliquem restrição de direitos devem ser expostas com destaque, de forma a permitir sua imediata compreensão.

CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. PROMESSA DE COMPRA E VENDA DE IMÓVEL. PRAZO DE TOLERÂNCIA. ATRASO CONFIGURADO. CDC. APLICABILIDADE. COBRANÇA DE PARCELAS NÃO CONTRATUAIS. DEVOLUÇÃO EM DOBRO. LUCROS CESSANTES CONFIGURADOS. COMISSÃO DE CORRETAGEM. PAGAMENTO EM SEPARADO. DANOS MORAIS INEXISTENTES. 1. O Código de Defesa do Consumidor é aplicável ao contrato de promessa de compra e venda de imóvel em construção. 2. **O direito à informação afigura-se como corolário dos princípios da transparência e da boa-fé, inerentes às relações contratuais, sobretudo em se tratando de relação de consumo, na qual os fornecedores têm o dever de informar os consumidores, de forma clara e adequada o conteúdo das cláusulas contratuais, especialmente no que tange aos encargos e valores que serão suportados pelo consumidor aderente**, conforme preceitua o inciso III, do art. 6º do CDC 3. (TJDF. 00300660320148070001, Relator: CRUZ MACEDO, 4ª Turma Cível, data de julgamento: 1/7/2020, publicado no DJE: 15/7/2020.)

O consumidor deverá ter tais informações de forma clara, visível e de fácil compreensão, tanto sobre o valor da sacola, quais as opções de compra, e se há disponibilização de meios de transporte alternativos.

Ainda, ao consumidor, deve ser dada a ciência, antes de adquirir onerosamente as sacolas descartáveis brancas/lisas, ou ainda, a reutilizável, que no estabelecimento existem aquelas com logomarca, a serem distribuídas gratuitamente.

3. CONCLUSÃO

A cobrança pelo fornecimento de sacolas plásticas biodegradáveis sem informações do fornecedor é legal, desde que seja assegurado ao consumidor a informação clara, precisa e ostensiva da prática. De outro lado, não há vedação para inserção da marca do estabelecimento nas sacolas plásticas fornecidas sem ônus. As sacolas plásticas biodegradáveis vendidas não podem ser timbradas ou conter características que identifiquem o estabelecimento ou a rede.

Diante o exposto, conclui-se que:

- 1º) Atualmente, em Minas Gerais, é possível a disponibilização de sacolas plásticas recicláveis, biodegradáveis ou oxibiodegradáveis, desde que respeitadas os requisitos da Lei Estadual nº 21.412/14.
- 2º) A sua distribuição não é obrigatória (tanto pela primeira decisão colacionada no âmbito de Minas Gerais, quanto no veto da Proposição de Lei nº 22.260).

3º) De forma geral, em Minas Gerais, a cobrança das sacolas plásticas biodegradáveis não seria prática ilegal, já que não há lei que proíba, nem lei que obrigue a sua distribuição. Entretanto, é importante salientar que, pode haver lei municipal que norteie a possibilidade ou não de disponibilizar as sacolas biodegradáveis, e que esta seja gratuita ou não, decisão que foi confirmada pelo STF por meio do **RE 732686**.

4º) Vender sacolas biodegradáveis personalizadas, contendo a marca e outras informações sobre o fornecedor, é uma forma de publicidade indireta, tendo em vista que apresenta a empresa a outras pessoas, caracterizando vantagem excessiva (art. 39, V, CDC).

a. Caso o fornecedor tenha disponível tanto a sacola com a logomarca da empresa, quanto a sacola “branca/lisa”, a primeira (com logomarca) necessariamente deve ser distribuída gratuitamente, enquanto a segunda (lisa/sem a logomarca) poderá ser cobrada.

Dado o questionamento do consulente quanto à legalidade da venda de sacolas com a logomarca da empresa, de forma opcional, ou seja: quando a empresa dispõe de sacolas brancas e àquelas com logomarca e o consumidor acaba optando por promover a compra desta última, ressaltamos o entendimento de que a venda de sacolas plásticas com a logomarca da empresa caracteriza-se como publicidade indireta, sendo proibido - mesmo que ao consumidor seja facultado a compra da sacola “branca/lisa”-.

De qualquer sorte, mesmo que tenha tanto sacolas estampadas, quando sacolas brancas/lisas, sendo a primeira distribuída gratuitamente, e a segunda cobrada, esta prática ainda seria abusiva. Senão porque, ainda poderá impingir o consumidor a conduta excessivamente onerosa, considerando a possibilidade de se valer da fraqueza do consumidor para coagi-lo ao consumo daquelas com a logomarca em detrimento da outra, que poderá ser de qualidade inferior, por exemplo, ou sem a devida veiculação da gratuidade das lisas/brancas.

Para as sacolas serem distribuídas, bem como eventual cobrança ser possível, as sacolas devem estar em conformidade com o que estabelece a Lei Estadual nº 21.412/14 e eventual lei municipal. E, não obstante, caso esteja disponível as duas sacolas (branca/lisa e as com logomarca), é imperioso que o estabelecimento comercial informe ao consumidor, de forma inequívoca, das respectivas possibilidades.

Belo Horizonte - MG, 23 de junho de 2022 (**atualização em 24 de outubro de 2022**).

Regina Sturm

Assessora Jurídica do Procon-MG

(Elaboração)

Thainá de Oliveira Lage Cardoso

Estagiária de Pós Graduação em Direito do Procon-MG

(Elaboração)

Ricardo Amorim

Assessor Jurídico do Procon-MG

(Revisão)

De acordo com o Parecer, após revisão.

Belo Horizonte, 14 de novembro de 2022.

Christiane Pedersoli

Coordenadora da Assessoria Jurídica do Procon-MG



Documento assinado eletronicamente por **CHRISTIANE VIEIRA SOARES PEDERSOLI, COORDENADOR II**, em 18/11/2022, às 10:09, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **REGINA STURM VILELA, FG-2**, em 18/11/2022, às 10:33, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **THAINA DE OLIVEIRA LAGE CARDOSO, ESTAGIARIO**, em 12/12/2022, às 18:06, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://www.mpmg.mp.br/sei/processos/verifica>, informando o código verificador **4007127** e o código CRC **E81157FD**.

Processo SEI: 19.16.3594.0053637/2022-21 / Documento SEI:
4007127

Gerado por: PGJMG/PROCON-MG/ASJUP

RUA GONÇALVES DIAS, 2039 15º ANDAR - Bairro LOURDES - Belo Horizonte/ MG

CEP 30140092 - www.mpmg.mp.br