



RECOMENDAÇÃO

REFERÊNCIA: vedação à prática de exclusividade de comercialização de marca de bebidas e outros que patrocinam o Carnaval de Olinda, garantindo a liberdade de venda de produtos que atendam às especificações de segurança e às regulações sanitárias, para garantia do princípio da livre concorrência e dos direitos do consumidor.

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE PERNAMBUCO**, por meio da Promotora de Justiça que subscreve a presente, atuando perante a 2ª Promotoria de Justiça de Defesa da Cidadania de Olinda (Defesa do Consumidor), com fundamento contido no art. 127, caput, e art. 129, caput e incisos, da Constituição da República; art. 6º, inciso XX, da Lei Complementar no 75, de 1993; arts. 25, incisos IV, alínea "a", e 26, caput e incisos, todos da Lei no 8.625, de 1993; art. 4º, inciso IV, alínea "a", art. 5º, incisos I, II e IV, da Lei Complementar Estadual de nº 12, de 1994, alterada pela Lei Complementar Estadual nº 21, de 1998, e;

CONSIDERANDO o disposto no caput do artigo 127 da Constituição Federal, segundo o qual o Ministério Público é instituição permanente, essencial à função jurisdicional, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis;

CONSIDERANDO que incumbe ao Ministério Público, como um dos instrumentos da Política Nacional das Relações de Consumo, assegurar o respeito aos



direitos dos consumidores, nos termos do art. 129, inciso III, da Constituição Federal, art. 5º, inciso II, e art. 82, inciso I do Código de Defesa do Consumidor;

CONSIDERANDO notícia de que o Município de Olinda teria firmado contrato de exclusividade com fabricantes de bebidas e outros produtos para o Carnaval, acarretando a restrição de comercialização dos itens nos circuitos de rua da referida festa popular;

CONSIDERANDO haver sido veiculado, nos meios oficiais de comunicação, que os comerciantes fixos ou ambulantes só poderão “vender os produtos dos patrocinadores oficiais do Carnaval”, tendo sido realizadas ações de fiscalização “educativas” por órgãos do poder público municipal neste sentido;

CONSIDERANDO que tal limitação, sem qualquer respaldo legal, cria embaraço à livre concorrência, à liberdade de mercado e à função social da propriedade, acarretando prejuízo ao consumidor, a exemplo do impacto negativo que a exclusividade tem sobre o preço dos produtos ou mesmo sobre a diminuição do bem-estar do consumidor diante da ausência de liberdade de escolha;

CONSIDERANDO que o tema já foi abordado anteriormente pela Secretaria Nacional de Promoção da Produtividade e Advocacia da Concorrência, órgão do Ministério da Fazenda, que, no PARECER SEI Nº 4/2018/ASSEC/SEPRAC-MF, reforça que há impacto na defesa da concorrência, na defesa do consumidor e na lisura nas licitações, diante da ausência de autorização legal para a substituição da concorrência, configurando hipótese de imposição de restrições excessivas ao comércio local e abuso de posição dominante em eventos públicos, com efeitos anticompetitivos da exclusividade sazonal, conforme a seguir transcrito:



PARECER SEI Nº 4/2018/ASSEC/SEPRAC-MF

Assunto: Poder Público. Concessão de exclusividade para a comercialização de comida, ou bebida em festividades. Doutrina Parker v Brown (state action): ausência de autorização legal para a substituição da concorrência; ausência de supervisão ativa de uma política pública pelo regulador setorial. Indícios de direcionamento de editais e da imposição de restrição à pressão competitiva exercida pelo comércio local. Hipóteses de ajuste entre o Poder Público e a patrocinadora na fiscalização e na imposição de restrições excessivas ao comércio local. Hipóteses de abuso de posição dominante em eventos públicos e em eventos privados. Conceito de mercado relevante temporal. Conceito de submercado. Extensão do monopólio para outros mercados relevantes. Efeitos anticompetitivos da exclusividade sazonal sobre a escolha da marca exclusiva pelos pontos de venda, durante o restante do ano. Proposição de melhores práticas nas licitações públicas voltadas para o patrocínio de eventos em que haja o aporte de dinheiro público, ou o uso de vias públicas. Encaminhamento de denúncia aos órgãos responsáveis pelo enforcement da defesa da concorrência, da defesa do consumidor e da lisura nas licitações. Publicidade ao Guia de Melhores Práticas para os Carnavais (anexo III ao parecer). Processo SEI nº 18101.100170/2018-58

CONSIDERANDO que no referido parecer foram mencionados 17 (dezesete) municípios com práticas irregulares, dentre estes, o Município de Olinda, registrando-se que nos certames para os carnavais de 2017 e 2018 o Município concedeu exclusividade para o patrocínio e para a comercialização de refrigerantes e cervejas do contratado, e que, apesar de se tratar de festa de rua, a marca vencedora estaria,



com a permissão do poder público, impondo exclusividade ao comércio local durante os festejos, em afronta aos princípios constitucionais aplicáveis à espécie;

CONSIDERANDO que a situação verificada no Carnaval de 2023 é ainda mais preocupante, posto que a tal “fiscalização” vem sendo realizada pelo próprio Poder Público Municipal, por meio de “ações educativas” em que “informa” aos comerciantes, a apenas 04 (quatro) dias do início do período festivo, que só poderão vender os itens dos patrocinadores;

CONSIDERANDO que consta de publicação realizada em 13 de fevereiro de 2023, na rede social Instagram, no perfil da Prefeitura de Olinda, @pref_olinda, mensagem com os seguintes dizeres: “Tem comércio ou vai trabalhar como ambulante aqui no Sítio Histórico durante o período carnavalesco? Não esquece que só pode vender os produtos dos patrocinadores oficiais do Carnaval. Fizemos hoje uma ação educativa pra avisar a todo mundo”, acompanhado de imagens de agentes da Secretaria de Meio Ambiente e Planejamento Urbano em contato com os comerciantes (disponível em: <https://www.instagram.com/p/Colhw2YNLIQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>);

CONSIDERANDO que o documento Melhores Práticas Concorrenciais para os Carnavais, consistente no Anexo III ao Parecer SEI nº 4/2018/ASSEC/SEPRAC-MF, elenca 20 (vinte) Melhores Práticas, dentre as quais: 1. Substituir a exclusividade de comercialização de produtos pela exclusividade para anunciar, quando necessária; 2. Elaborar editais que excluam, expressamente, a possibilidade de exclusividade de comercialização de produtos; 3. Priorizar carnaval de rua (ou carnaval aberto), em razão da pressão competitiva oriunda dos pontos de venda no comércio local; 4. Conjuguar carnaval de rua com a liberdade para atuação do comércio local; 15. Condicionar o



aporte de recursos públicos à eliminação de qualquer forma de exclusividade, ou outra forma de restrição à competição (disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/guias-e-manuais/melhores-praticas-concorrenciais-para-os-carnavais-rules-of-thumb-to-sustain-a-competitive-environment-during-carnival>);

CONSIDERANDO que a Lei 8.078/90 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor – estabelece normas de ordem pública e de interesse social, nos termos de seu artigo 1º, e em seu artigo 4º, inciso III, dispõe que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por princípio garantir a harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo, sempre com base na boa-fé e no equilíbrio das relações de consumo, ressaltada a hipossuficiência dos consumidores;

CONSIDERANDO que a ordem econômica é fundada na livre concorrência, e o Estado deve intervir para a repressão do abuso do poder econômico ou para garantir a competitividade do mercado, sempre com base na função social da propriedade;

CONSIDERANDO o teor da Resolução CNMP nº 164/2017, que disciplina a expedição de recomendações pelo Ministério Público brasileiro, definindo no seu art. 1º que “a recomendação é instrumento de atuação extrajudicial do Ministério Público por intermédio do qual este expõe, em ato formal, razões fáticas e jurídicas sobre determinada questão, com o objetivo de persuadir o destinatário a praticar ou deixar de praticar determinados atos em benefício da melhoria dos serviços públicos e de relevância pública ou do respeito aos interesses, direitos e bens defendidos pela instituição, atuando, assim, como instrumento de prevenção de responsabilidades ou correção de condutas”;



RESOLVE:

RECOMENDAR ao Município de Olinda:

1. Que se abstenha da prática de exclusividade de comercialização de marca de bebidas e outros que patrocinam o Carnaval de Olinda, garantindo a liberdade de venda de produtos que atendam às especificações de segurança e às regulações sanitárias, para garantia do princípio da livre concorrência e dos direitos do consumidor;

2. Que substitua a exclusividade de comercialização de produtos pela exclusividade para anunciar, quando necessária;

3. Que realize campanha educativa no sentido de divulgar a liberdade de comercialização de bebidas e produtos que atendam às especificações de segurança e às regulações sanitárias no período carnavalesco, bem como a supressão da restrição anteriormente imposta;

REMETA-SE cópia desta Recomendação:

I – Ao Prefeito do Município de Olinda e à Procuradoria Geral do Município de Olinda, para conhecimento e informação quanto ao acatamento, no prazo de 24h (vinte e quatro horas), em face da urgência que o caso requer;

II- Ao Exmo. Sr. Secretário Geral do Ministério Público do Estado de Pernambuco para conhecimento e publicação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco;



MINISTÉRIO PÚBLICO DE PERNAMBUCO

2ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DA CIDADANIA DE OLINDA

Procedimento nº **01920.000.076/2023** — Procedimento Preparatório

III- Ao Conselho Superior do Ministério Público e ao Centro de Apoio Operacional às Promotorias de Defesa do Consumidor para conhecimento.

Atue-se. Registre-se. Publique-se. Cumpra-se.

Olinda, 14 de fevereiro de 2023.

Maisa Silva Melo de Oliveira,
2º Promotor de Justiça de Defesa da Cidadania de Olinda.