

opinião

Editor: Roberto Brenol Andrade
opiniao@jornaldocomercio.com.br

/ PALAVRA DO LEITOR

Inflação

Que a inflação está muito alta, principalmente nos dois últimos meses, disso ninguém duvida. O presidente Jair Bolsonaro (PL) pediu que o varejo, principalmente os supermercados, segurassem os preços dos alimentos (**Jornal do Comércio**, 10/06/2022). Mas as entidades do comércio varejista disseram que o congelamento não é possível, somente negociar preços mais baixos com os fornecedores. Vamos continuar pagando pela alta inflação. *(Norma Suely, Porto Alegre)*



Idosos

Pensando bem, acho que considerar idosas pessoas de 60 anos em diante é um erro. Hoje em dia, pessoas até 70 anos estão bem ativas e só a partir dessa idade deveriam considerar como idosas. Fica a sugestão. *(Amaro Bento)*

Vacinas

Após o pior da pandemia da Covid-19, eis que estamos com a volta das hospitalizações por conta do coronavírus. Todos têm que se vacinar, pois a doença continua rondando o Estado, Porto Alegre e todo o Brasil. *(Saul Quadros)*

Centro

A ideia de recuperar o Centro Histórico é muito boa, mas até que as obras fiquem prontas, o comércio terá problemas com o acesso das pessoas. Nasci e fui criado em Porto Alegre e ir ao Centro era um ótimo programa, ainda na época dos bondes. Mas as lojas que tínhamos naquela área foram saindo. A chegada dos shopping centers acabou por esvaziar o Centro. *(José Luiz Amarante)*

Futebol

Terminada a fase classificatória da Divisão de Acesso, a A2, tem clubes que continuam buscando patrocinadores. Caso do Cruzeiro, agora em Cachoeirinha, Região Metropolitana de Porto Alegre. Uma arena grande, muitas empresas no entorno e que poderiam se associar na promoção do futebol na região. *(Renato Balbão)*

Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres, podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espaço. Os artigos e cartas publicados com assinatura neste jornal são de responsabilidade dos autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possibilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

/ ARTIGOS

Projeto de lei sobre Impedimento de Licitar

Lúcia do Couto e Silva

A Lei nº 14.133, publicada em 1º de abril de 2021, trouxe novidades para as licitações e contratações públicas, em especial, aos crimes previstos na legislação até então vigente (Lei nº 8.666/93), os quais, inclusive, foram transferidos para o Código Penal em capítulo específico. Alguns delitos foram redefinidos, com a alteração de seus preceitos secundários, tendo sido estabelecida a pena de reclusão como regra, e não mais a de detenção, preponderante na sistemática anterior.

Quando ao ilícito correspondente à fraude no processo licitatório, perpetrada nas hipóteses de alteração da qualidade do material, da quantidade ou da própria mercadoria ou serviço licitados, a pena agora cominada, no Código Penal, é de 4 a 8 anos de reclusão e multa. Visando dar efetividade ao referido dispositivo legal, está em trâmite no Congresso Nacional, o Projeto de Lei nº 680/22, o qual inclui no normativo penal a determinação de que, nos casos de fraude em licitação e em obra pública, além do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da empresa, também os Cadastros de Pessoa Física (CPF) de todos os sócios serão bloqueados e impedidos de licitar e de contratar com a União, os Estados, o Distrito Federal ou os Municípios, bem como

serão descredenciados do Sistema do Cadastro Unificado de Fornecedores (SICAF) e de outros análogos, pelo prazo de 5 anos. O texto proposto aduz, ainda, que o fornecedor penalizado em determinado estado, não poderá participar de outras licitações em estados diferentes e com a União.

A razão de tal iniciativa se deu em virtude da facilidade com que os sócios de empresa responsabilizada por fraude em licitação ou obra pública, portadores de Cadastros de Pessoa Física livres e desembaraçados, têm para constituir uma nova pessoa jurídica e, assim, concorrerem em outros certames, sem que a penalidade anterior se estenda à sociedade criada. Dessa forma, o projeto de lei amplia a vedação para licitar e contratar com o Poder Público, pois também atinge os sócios da empresa infratora.

Advogada do Lamachia Advogados Associados

Alguns delitos foram redefinidos, com alteração dos preceitos secundários

Não basta ser reciclável, tem que ser reciclado

Diego Garcia

É muito comum que marcas de bens de consumo divulguem seus compromissos ESG (relativos às boas práticas ambientais, sociais e de governança), e, entre eles, afirmem que suas embalagens são ou serão recicláveis. O problema é que isso não significa, necessariamente, um ganho para o planeta. Sustentabilidade vai além disso.

Apenas 3% de todo o resíduo no Brasil é efetivamente reciclado, ou seja, muito pouco

Nesse artigo, quero explicar por que é preciso ir além. Minha intenção também é mostrar que o papel é uma opção eficaz para a economia circular - além de já possuir um índice de reciclabilidade maior que outros materiais, é compostável e biodegradável, o que é um forte argumento

para o consumidor que pensa no futuro do planeta. Em resumo, mesmo que não sejamos eficientes como sociedade para garantir a reciclagem do papel, na pior das hipóteses ele irá se decompor.

Quando afirmo que não basta ser reciclável, quero dizer que, mesmo que um produto seja feito em material passível de reciclagem, e que essa embalagem seja descartada corretamente no lixo adequado, não existem garantias de que ela será reinserida na cadeia produtiva. De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe), apenas 3% de todo o resíduo no Brasil é efetivamente reciclado, ou seja, muito pouco. Em vista disso, vejo que é neces-

sário um esforço e compromisso maior de todos os agentes envolvidos: consumidor, indústria e cooperativas recicladoras para que os recicláveis sejam realmente reciclados.

É claro que conceber a embalagem com material reciclável já é um primeiro passo por parte dos fabricantes, mas é preciso, depois, fazer com que a economia circular funcione efetivamente. Desde manter um portfólio de produtos feitos com materiais reciclados, o que comprova a logística reversa eficaz da marca, até a reinserção do material no processo produtivo. É preciso influir nos próximos elos da cadeia, o que inclui a própria conscientização do consumidor. Um caminho é estimular a sociedade a devolver essas embalagens, como já ocorre em vários países da Europa - em troca de alguma recompensa monetária.

Mas apenas isso também não é suficiente. A remuneração precisa andar junto com a educação ambiental. Hoje, apenas um terço dos brasileiros sabe descartar corretamente o lixo, sendo necessário conhecer os itens passíveis de reciclagem, sua limpeza prévia e separação adequada. Depois disso, é entender a importância de ao menos uma parte do portfólio de embalagens das marcas terem conteúdo reciclado. Isso força a empresa a desenvolver alternativas de implementar processos de economia circular e criar diferencial para a marca ao atender aos anseios dos consumidor final e do planeta.

Se todos fizerem sua parte, os números da reciclagem no Brasil irão subir e, em breve, a expressão 'sou reciclável' será acompanhada e fortalecida pelo 'sou reciclado'.

Gerente de Estratégia e Marketing da Ibema