

PARECER JURÍDICO**Armando Luiz Rovai**

Doutor em Direito pela Puc/SP, Professor de Direito Comercial da Puc/SP e Professor de Direito Comercial da Faculdade de Direito Mackenzie - chefe de Departamento; Professor Convidado da GvLaw e do Insper (D. Societário), Palestrante em todo o Brasil e no exterior (Professor Convidado: Universidade de Valladolid e Universidade de Santiago de Compostela - Espanha; Universidade de Coimbra, Universidade de Lisboa e Universidade do Porto - Portugal; London University – Inglaterra; Universidade de Reggio Calabria – Itália), sobre assuntos relativos a Direito de Empresa., sobre assuntos relativos ao Direito de Empresa. Foi Presidente da Junta Comercial do Estado de São Paulo - por 04 mandatos. Foi Presidente/Superintendente do Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo. Foi Chefe de Gabinete da Secretariada Justiça e da Defesa da Cidadania, Superintendente da Casa do Empreendedor. Foi por dois mandatos Conselheiro eleito da OAB/SP e foi Presidente da Comissão de Direito de Empresa da OAB/SP (dois mandatos). Autor de dezenas de obras jurídicas e escreve ou já escreveu nos maiores e mais importantes Jornais e Revistas de grande circulação do Brasil – Jornal Valor Econômico, Jornal O Estado de São Paulo, Jornal Folha de São Paulo, Revista Veja (site/online), Jornal Diário do Comércio entre outros. Escrevia nos prestigiados jornais Gazeta Mercantil e Jornal da Tarde. Integrou a Comissão do 184º Concurso de Ingresso na Magistratura do Estado de São Paulo. Membro da Comissão Mercado de Capitais do Conselho Federal da OAB. Integra o Conselho Superior de Assuntos Jurídicos e Legislativos CONJUR, da FIESP/IRS. Árbitro em arbitragens na Amcham - Câmara de Comércio Americana, na CCBC - Câmara de Comércio Brasil-Canadá e FIESP. Parecerista no Brasil e no Exterior (tendo já produzidos Pareceres apresentados em Tribunais Europeus, entre os quais da Itália, Portugal, Espanha, e, também, em Nova Iorque, nos EUA). Foi Secretário Nacional do Consumidor – Senacon/MJ. Advogado em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

Ana Flávia Messa

Doutora em Direito pela USP/SP. Doutora em Direito pela Universidade de Coimbra, Professora de Direito Constitucional da Faculdade de Direito Mackenzie; Professora Convidada da Universidade Estadual de Londrina (Direito Administrativo), Palestrante em todo o Brasil e no exterior. Investigadora do JUSGOV na Escola de Direito do Minho – Portugal. Membro da Academia Paulista de Letras Jurídicas. Advogada e Árbitra em São Paulo.

Abril/2021

SUMÁRIO DO PARECER JURÍDICO

APRESENTAÇÃO

PRIMEIRA SEÇÃO: Processo Evolutivo da Imprensa Escrita: Os Jornais

1. As origens dos Jornais Impressos
2. Jornais Impressos na Era Digital

SEGUNDA SEÇÃO: Defesa da Imprensa Escrita

1. Conteúdo da Liberdade de Comunicação: Uma Definição Inclusiva
2. Credibilidade da Informação: Base da Imprensa Escrita
3. Compreensão Informacional: Publicidade Material
4. Avanço dos Meios Digitais e a Preservação dos Jornais Impressos

TERCEIRA SEÇÃO: Relevância dos Jornais Impressos

1. Imprensa Escrita e Democracia
2. Imprensa Escrita e Identidade Cultural
3. Imprensa Escrita e Verdade
4. Descredenciamento do Virtual em favor dos Jornais Impressos
5. Da insegurança e dos ataques cibernéticos ocorridos



QUARTA SEÇÃO: Publicações Legais no Direito Societário

1. Publicações Legais nas Sociedades Anônimas
2. Regras das Publicações Legais nas Sociedades Anônimas
3. Escolha do Jornal de Grande Circulação nas Sociedades Anônimas
4. Publicações Legais nas Sociedades Limitadas

QUINTA SEÇÃO: Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação

1. Jornais de Grande Circulação
2. Permanência das Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação
3. Jurisprudências

SEXTA SEÇÃO: CONCLUSÕES

DAS RESPOSTAS OBJETIVAS AOS QUESITOS APRESENTADOS

- 1) Qual a importância de defender a imprensa escrita como meio de comunicação social no contexto da publicidade?
- 2) Qual a função socioeconômica do jornal impresso diante da influência digital na comunicação social?
- 3) Por que existe a obrigatoriedade das publicações legais nos jornais de grande circulação?
- 4) Quais as consequências jurídicas pela falta das publicações legais nos jornais de grande circulação?

APRESENTAÇÃO

PARECER JURÍDICO

A ilustre consulente, PS PUBLICIDADE, formula-nos consulta referente a questões de direito societário, conforme a seguir se verificará. A propósito das publicações legais em jornais de grande circulação, somos consultados acerca da:

- a) defesa da imprensa escrita como exigência da publicidade e dos termos em que deve ser interpretada, designadamente à luz dos preceitos constitucionais relativos aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos, bem como a confluência das mudanças paradigmáticas da comunicação social por meio digital com a continuidade e êxito da função socioeconômica do jornal impresso de grande circulação;
- b) obrigatoriedade das publicações em jornais de grande circulação como requisito de eficácia e moralidade que confere existência jurídica ao ato, tornado viável a estabilidade das relações jurídicas e sociais;
- c) permanência das publicações legais em jornais de grande circulação como esteio legitimador da publicidade no Estado Constitucional Democrático.

J

Diante desta breve síntese preambular, o consulente, enfim, submete-me os seguintes quesitos:

- 1) Qual a importância de defender a imprensa escrita como meio de comunicação social no contexto da publicidade?
- 2) Qual a função socioeconômica do jornal impresso diante da influência digital na comunicação social?
- 3) Por que existe a obrigatoriedade das publicações legais nos jornais de grande circulação?
- 4) Quais as consequências jurídicas pela falta das publicações legais nos jornais de grande circulação?

Este parecer jurídico está dividido em seis seções, além da presente introdução.

- a) Na primeira parte será apresentada o processo evolutivo da imprensa escrita como meio convencional e funcional na comunicação social.
- b) Na segunda parte será feita abordagem da importância da defesa da imprensa escrita no contexto da publicidade e dos direitos fundamentais.
- c) Na terceira parte será feita abordagem da relevância dos Jornais Impressos.
- d) Na quarta parte será feita uma análise da obrigatoriedade das publicações legais no âmbito do direito societário.

- e) Na quinta parte será apresentada a necessidade das publicações legais no contexto de uma interação entre segurança jurídica e legitimidade democrática pela garantia do compromisso ético e responsável da publicização nos jornais de grande circulação.
- f) Na sexta parte apresentarei a conclusão deste parecer com base nas considerações aqui tecidas. E, por último, serão respondidos, de forma objetiva, os quesitos trazidos pelo consulente.

PRIMEIRA SEÇÃO

Processo Evolutivo da Imprensa Escrita: Os Jornais

- 1. As origens dos Jornais Impressos**
- 2. Jornais Impressos na Era Digital**

PRIMEIRA SEÇÃO: Processo Evolutivo da Imprensa Escrita: Os Jornais

1. As origens dos Jornais Impressos

A credibilidade e veracidade das informações fornecidas por jornais ao longo da história transmitiu para a comunicação humana uma valorização cultural ao ponto que para muitos pesquisadores e estudiosos, este veículo midiático tem sido definido como uma fonte de narração histórica viva para as sociedades.

Surge em Roma em 59 A.C, com Júlio César, que criou o primeiro jornal que se tem notícia. Este tinha o desejo de informar ao público sobre os acontecimentos sociais e políticos, além de divulgar eventos programados para cidades próximas, tendo sido nomeado de Acta Diurna.

Escrito em grandes placas brancas e expostas em locais públicos onde transitavam muitas pessoas. As Acta informavam os cidadãos sobre escândalos no governo, campanhas militares, julgamentos e execuções.

Como podemos observar o mundo sempre trouxe a necessidade de existir um meio integro e oficial de divulgação de notícias com cunho político, econômico e sociocultural, que fora se aprimorando com a evolução da tecnologia.

Em 1447, podemos dizer que chegamos ao marco da era do jornal moderno, saindo das placas brancas para os jornais impressos, feitos por meio

da prensa, a famosa invenção de Johann Gutemberg, a prensa de tipos móveis, que foi usada para iniciar a impressão em massa, com o objetivo de disseminar o conhecimento para a classe média em ascensão, que correspondiam aos comerciantes, que necessitavam de informações sobre o mercado por boletins informativos. Sendo somente na primeira metade do século XVII que os jornais começaram a surgir como publicações periódicas.

Os primeiros jornais modernos nasceram em países da Europa Ocidental como Alemanha, França, Bélgica e Inglaterra. A grande maioria das publicações continha notícia da Europa, e raramente apresentavam informações da América ou Ásia.

Na segunda metade do século XVII, os assuntos locais começaram a ser priorizados, porém sua pauta era controlada, de forma que esta não abordasse nada que incitasse o povo a uma atitude de oposição ao governo dominante da época.

No Brasil, o primeiro jornal criado em solo nacional foi a Gazeta do Rio de Janeiro, em 10 de setembro de 1808, em consequência da chegada da Corte de D. João VI. Dirigido por frei Tibúrcio José da Rocha, servia apenas aos interesses da Coroa¹.

Em 1844, conhece-se um novo marco para a imprensa escrita, a invenção do telégrafo, sistema que transmitia mensagens de longas distâncias, permitindo que a informação fosse passada com agilidade, possibilitando

¹ SODRÉ, Nelson Wemeck. História da imprensa no Brasil. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

relatos novos e relevantes para serem inseridos nas pautas. A partir desta fase, os jornais emergiram no mundo todo.

A construção de verdadeiros impérios editoriais se deu no período entre 1890 a 1920, conhecido como “anos dourados” da mídia, no qual além de informarem, os jornais também ajudaram na divulgação de propaganda revolucionária como o texto “O Iskra” (A Centelha) publicado por Lênin em 1900.

Nos idos da década de 1920, uma nova invenção chegou trazendo grande alvoroço para os editores de jornais: O rádio. Um meio de comunicação instantâneo, porem objetivo demais para derrubar a reformulação dos formatos dos conteúdos dos jornais da época. Que modernizaram de forma a se tornarem mais atraentes e com maior volume de textos e coberturas mais amplas e aprofundadas para os seus leitores/espectadores.

Entre 1940 e 1990, a televisão gerou um declínio na venda de correios impressos, porém, mesmo assim, esta tecnologia, não tornou a mídia impressa um meio de divulgação de informações obsoleta.

2. Jornais Impressos na Era Digital

No contexto evolutivo da humanidade, os avanços tecnológicos² ocorridos nas últimas décadas provocaram transformações significativas em diversos setores ao redor do mundo, e um dos mais impactados foi o setor de comunicações³, pois com a internet conquistando cada vez mais o território midiático, meios de comunicação tiveram que ser adaptados, como por exemplo, o caso exposto, os jornais impressos.

A desconfiança quanto à continuidade da produção do jornal impresso afeta grande parte da população. Para entendermos até onde isso é realmente motivo de preocupação, precisamos entender como o jornal tem se comportado e, da mesma forma, se a internet representa um perigo real de extinção.

Desde o século passado, o atestado de óbito dos jornais diários foi assinado e lavrado em cartório por diversas vezes, começando com a invenção do rádio, depois a televisão e agora com a internet que tem conquistado

² É neste contexto do progresso tecnológico e do seu impacto social, que na história da humanidade, desde o início da civilização, é possível detectar movimentos ou eras tecnológicas, ou seja, épocas na evolução histórico-social do homem marcadas pelo predomínio de um tipo de tecnologia. O desenvolvimento tecnológico da humanidade pode ser classificado em quatro eras: industrial, elétrica, eletrônica e da informação (ORTEGA Y GASSET, J. Meditação da técnica. Rio de Janeiro: Livro Ibero Americano Limitada, 1963).

³ A Era Eletrônica, especialmente com o surgimento da internet, propicia a invasão no corpo da vida comunitária de uma nova identidade social baseada na ampliação da informação como papel de moeda globalizante. Na era eletrônica, ancorada nas novas tecnologias digitais, surge um novo ambiente de informação e comunicação, com transmissão global, velocidade ímpar e subversão dos fatores de tempo e espaço, que propicia novas formas de sociabilidade, influenciando no relacionamento entre o público e o privado.



território com agilidade, por ser o novo sistema tecnológico da revolução industrial no mundo.

Mas será que a vida de um jornal impresso local se dará por vencida?

Grande parte dos entendedores da área não crê no fim. As previsões sempre existirão, mas a chave da sobrevivência deste mercado se dá por suas modificações.

O jornal que sobreviverá será aquele capaz de investir nas mudanças tecnológicas e aquele que não evoluir sucumbirá, por que a concorrência é alta e direta. Não existem motivos para afirmar que a expansão das plataformas digitais culminará no fim da plataforma impressa. Vale ressaltar que falamos de fim e não de redução de consumo.

Ao longo da história vemos o surgimento de novos produtos que não, necessariamente, decretam o fim dos seus produtos antecessores. Na maioria das vezes o fim é decretado quando o produto novo for mais eficiente, como por exemplo, as antigas TVs em preto e branco, substituídas pelos obsoletos aparelhos com um imenso tubo de imagem, que hoje dão espaço aos televisores de LED e LCD, com opções em 3D. Como podemos observar o mercado não teve seu fim, ele apenas passou por transformações.

No caso do impresso em relação ao novo formato de digital, pode-se dizer que na verdade, tratam-se de dois produtos diferentes, distintos, e que podem atrair diferentes públicos. Pois vejamos, de acordo com o levantamento

feito pela consultoria Price Water house Coopers⁴, em países onde há amplo acesso de internet como, por exemplo, Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, França, Alemanha, Holanda e Suíça, os veículos físicos têm a preferência do público sobre outros meios de acesso a informação.

Em resumo desse estudo, a análise indicou que cerca de 60% dos que têm entre 16 e 29 anos (o público-alvo para o futuro do negócio) optariam por ler o noticiário no papel, e não na tela, caso tivessem de escolher. E de fato, esta projeção de futuro para chegarmos aos dias atuais tem se concretizado.

Atualmente podemos dizer que mesmo vivendo no Brasil, um país no qual a ampla minoria tem condições tanto de pagar por um jornal impresso quanto de usar a internet, seja no trabalho, ou mesmo em Wi-fi público, ainda prefere consumir o jornal no papel.

Com a era digital, vivemos praticamente em dois planos, o mundo real do qual acordamos, tomamos banho e nos alimentamos; e vivemos também no mundo virtual, que diariamente se não em horas, minutos ou segundos, somos escravos dos smartphones, que incansavelmente nos bombardeia de informações, que em sua maioria por ser fácil e de livre acesso para manipulação de dados são falsas, enganosas e por muitas vezes até criminosas.

A facilidade que a internet proporciona na vida do ser humano, ela também pode prejudicar. As famosas “fakenews” em um jornal impresso, não

⁴ Pesquisa realizada pela Price Water House Coopers, conjuntamente, com a Associação Mundial dos Jornais no ano de 2009, demonstrando que as pessoas preferem o meio impresso de comunicação.

podem existir, pois ainda existe a integridade, a ética do jornalismo, inclusive a lei de acesso à informação verídica dos fatos e não de manipulação de opiniões em massa, o impresso traz essa segurança na entrega da mensagem para seus leitores, pois uma vez escrito no papel, não poderá ser manipulado no meio do caminho como infelizmente em muitas plataformas digitais tem ocorrido com frequência.

A próxima pergunta seria qual o valor que se dá ao veículo impresso?

A mesma consultoria avaliou as opiniões de 4.900 pessoas (leitores, editores, anunciantes e profissionais de comunicação) em sete nações economicamente desenvolvidas e cujo público consumidor de informação, de alto nível educacional, tem muitas opções a escolher ao procurar por notícias.

Mas e o Brasil? A crise econômica vive de ano em ano, na internet os jornais digitais em alguns casos tem um custo de assinatura mensal digital e em outros, são gratuitos de livre acesso sendo sustentados pela propaganda dos anunciantes. Já o impresso não é muito diferente, em tempos de crise as tiragens ficam em queda, o que faz com que a publicidade tenha que sustentar o mercado, do que dos resultados nas bancas ou com assinaturas, a queda existe nos dois meios, mas não significa que um meio tem maior busca que o outro.

De acordo com o diretor-executivo da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Ricardo Pedreira, ao comentar os resultados do estudo ao jornal O Estado de S. Paulo: *“Não há fórmula sugerida no trabalho encomendado pela*

WAN [sigla em inglês para Associação Mundial de Jornais], mas há uma luz ao indicar o valor que se dá ao meio jornal e, depois, como já percebem algumas empresas, prevê-se que o modelo de negócio rentável vai combinar jornais impressos, que não desaparecerão, com versões online.”

Como o jornal impresso irá se manter?

Antes das mídias digitais o jornal impresso já dividia espaço com o rádio e a televisão. Naquele momento era necessário mudar o foco do trabalho e buscar conteúdo diferenciado. Com a globalização e conseqüente consolidação do uso de plataformas digitais, essas mudanças podem significar a manutenção do jornalismo impresso, pois o simples fato de reproduzir notícias que julgarem importantes não será o suficiente para atrair seu objetivo, o leitor, pois a internet, rádio e televisão, conseguem circular esse tipo de notícia antes, são mecanismos de informação instantânea. Agora, o jornal impresso, deve enxergar o amanhã, analisar o desconhecido, trazer um conteúdo relevante, produzir um material impresso mais aprofundado capaz de antecipar conseqüências que determinado fato acarretará. Não de modo a tentar adivinhar o futuro, mas sim analisar as circunstâncias de maneira a fundamentar as implicações do objeto da notícia.

Em consonância com essas alterações, as redações precisam aprender a conciliar os meios digitais e impressos, pois a única coisa que um jornal não pode fazer é deixar-se ficar para trás quanto seus leitores avançam, porque de

outra forma, inevitavelmente, eles irão migrar para plataformas que satisfaçam suas expectativas.

Baseado nisso, apresentam-se pelo menos duas condições que servem de alicerce para uma teoria onde o jornal impresso existirá por muitos anos: o caráter específico de seu formato, que ainda encanta muitos leitores, e o conteúdo dele, que deve ser diferenciado frente aos outros meios. Surge então mais uma questão que fortalece a mídia impressa: o fator local.

Como a maioria das pequenas e médias cidades brasileiras não tem condições de ter/manter um canal de TV ou mesmo uma rádio, talvez até portais na internet, existe um grande nicho de mercado, jornal impresso local.

Periódicos de coberturas nacionais e até internacionais, hoje disputam com a internet, pois em um simples clique a informação de um portal de notícias de um jornal de grande porte é capaz de competir com a televisão, Rádio e até mesmo com canais de vídeo e sites. Mas os que não são capazes de competir com os jornais locais, que cada vez mais tem ganhado destaque e vem ampliando sua margem de distribuição.

Os jornais locais investem na comunicação local e um custo mais acessível, pois acabam se direcionando a tratar de assuntos que abrangem outros centros. O público de centros menores geralmente não se interessam por um jornal impresso para procurar notícias estaduais, nacionais ou mundiais, já que ele consegue ver pela internet. Por outro lado, encontrar

informações acerca da comunidade, bairro e região onde vive muitas vezes exige muita persistência para atrelar essas duas modalidades de notícias.

Por isso, é muito importante analisar o contexto do leitor, estar presente no que ele consome ou poderia potencialmente consumir. O conteúdo deve estar de acordo com o público, de maneira que este se identifique, obtendo sucesso em sua recepção, sendo provavelmente o grande trunfo da produção de jornais locais. Tratar de temas que acontecem dentro da própria comunidade e região potencializa o interesse pelo texto. Antes de tudo, o material deve ter significado para quem o recebe. Não é a toa que a totalidade do público de jornais impressos não lê um jornal por inteiro. Lê apenas o que lhe interessa.

No livro de Noblat (2002, p. 15) ele cita um estudo realizado pelo The New York Times em 2001, do qual foi descoberto que seus leitores liam apenas 10% do jornal. Isso significa dizer que 90% do conteúdo não são relevantes para quem o consome. Trata-se de uma taxa muito alta e que reafirma a necessidade de uma revisão dos assuntos abordados pela mídia impressa.

Se os leitores mais fiéis consomem 10%, a quem se destina o resto do jornal?

É válido deixar claro que os 10% não lêem as mesmas matérias. Mas de um modo geral a maior parte dos textos não lhe chama atenção. Ou seja, é necessário conhecimento profundo sobre quem é o leitor daquele jornal impresso. Seja ele grande ou pequeno, a produção de conteúdo relevante é a

chave para aumentar o interesse, o tempo que o leitor irá permanecer fiel a este meio de comunicação.

O sentimento de pertencimento aquele meio de comunicação é a forma que o jornal impresso tem como atrativo. As pessoas se identificam com os fatos narrados e quando isso acontece dão valor ao texto, pois elas querem saber os detalhes, algo próprio do ser humano.

Por mais que a globalização tenha ampliado os horizontes de comunicação, está não conseguiu modificar as noções de tempo e espaço que ampliariam a concepção local dos leitores que se consideram inserida.

O Jornal impresso registra acontecimentos de grupo específico, seja de um bairro ou até mesmo de uma cidade inteira, pois como foi dito o interesse da notícia é o que mantém o jornal ativo. Além desta dimensão de informação, temos o outro lado da absorção do conteúdo midiático, pois dependendo da forma como se transmite a mensagem, a informação detalhada pode ajudar na compreensão do contexto da sociedade, podendo auxiliar na construção de uma mudança.



SEGUNDA SEÇÃO

Defesa da Imprensa Escrita

- 1. Conteúdo da Liberdade de Comunicação: Uma Definição Inclusiva**
- 2. Credibilidade da Informação: Base da Imprensa Escrita**
- 3. Compreensão Informacional: Publicidade Material**
- 4. Avanço dos Meios Digitais e a Preservação dos Jornais Impressos**

SEGUNDA SEÇÃO: Defesa da Imprensa Escrita

1. Conteúdo da Liberdade de Comunicação: Uma Definição Inclusiva

A imprensa escrita⁵, como meio de comunicação, é um mecanismo de publicidade que permite a defesa dos valores cívicos combinada com a existência de condições para o exercício da liberdade, já que faz referência ao direito de procurar, receber e difundir informações.

No processo de construção da vida social, a imprensa escrita garante pela difusão de informações e opiniões, particularidades e especificidades do fato, proporcionando a reconstrução do mundo construído pela cultura⁶, pelos seres humanos em suas relações interpessoais e deles com o ambiente em que vivem⁷.

A defesa da imprensa escrita é considerada, na esfera das relações de comunicação e da vida social, uma exigência da liberdade de comunicação⁸,

⁵ “A imprensa é parte da história de uma determinada comunidade, insere-se no processo de construção da cidade e enquadra-se no código de conduta social, enfim, é elemento integrante na construção do processo civilizador” (SIMÕES, José Luis. Escola para elites, cadeias para vadios: relatos da imprensa piracicabana (1889-1930). Universidade Metodista de Piracicaba/UNIMEP, 2005. (Tese de Doutorado).

⁶ “A cultura constitui a herança social do ser humano” (MORIN, Edgar. O Método V: a humanidade da humanidade. Porto Alegre: Sulina, 2002, p. 64).

⁷ ZANELLA, A. V., LESSA, C. T., & DA ROS, S. Z. Contextos grupais e sujeitos em relação: contribuições às reflexões sobre grupos sociais. Psicologia: Reflexão e Crítica. 15 (1), 211-218, 2002; FONTES, Virgínia. Freud, conflito, contradição e história: Elementos para uma discussão sobre a historicidade. In: Revista TRIEB. RJ, vol. II, n. 2, set. 2003. Revista da Sociedade Brasileira de Psicanálise do Rio de Janeiro/Relume Dumará, 2003, p. 19.

⁸ Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos: todo homem tem o direito de procurar, receber e transmitir informações

pois ao salvaguardar de forma analítica o rigor e a objetividade da informação, funciona como elemento crucial de uma sociedade aberta e pluralista⁹.

A imprensa escrita há de ser concebida como parte integrante do direito fundamental dos cidadãos de comunicar ou receber informações credíveis, assentada na liberdade positiva de comunicar fatos por meio de jornais impressos. Neste sentido, a imprensa escrita é elemento assegurador da liberdade de comunicação, porque a difusão analítica e reflexiva de fatos e notícias permite a consagração dos seguintes referenciais¹⁰ que vitalizam a democracia e lhe assinam o grau de eficácia e legitimidade no quadro social das relações de poder¹¹:

a) Compreensão: o direito a ser informado e a procurar livremente qualquer informação que deseja obter, principalmente quando se refere à vida, ao trabalho e às decisões que é preciso adotar tanto individualmente quanto como membro da comunidade

⁹ A liberdade de expressão e comunicação cumpre duas funções na democracia: (i) uma função informativa pela qual o livre fluxo das informações possibilita o melhor conhecimento e a melhor avaliação dos assuntos de relevância pública e, dessa forma, estarão os cidadãos mais preparados para levarem a cabo decisões inteligentes, uma vez que compete à soberania popular efetivar as decisões fundamentais no regime democrático; (ii) uma função crítica pela qual a liberdade de expressão e comunicação assegura aos cidadãos a faculdade de criticar o poder político, as instituições estabelecidas e os agentes públicos, o que pode resultar na mudança dos governantes (LICHTENBERG, Judith - Introdução. In: Democracy and mass media. New York: Cambridge University Press, 1995).

¹⁰ Referenciais extraídos do relatório sobre liberdade de expressão e comunicação elaborado a Comissão Internacional de Estudos de Problemas da Comunicação, que ficou conhecida como Comissão Macbride.

¹¹ BONAVIDES, Paulo. Teoria Constitucional da democracia participativa: por um direito constitucional de luta e resistência, por uma nova hermenêutica, por uma repolitização da legitimidade. São Paulo: Malheiros, 2018.

b) Credibilidade: o direito obter informações reflexivas, analíticas, com profundidade;

c) Debate: o direito a discutir, gerando uma comunicação como um processo aberto de resposta, reflexão e debate. Esse direito garante a livre aceitação das ações coletivas e permite ao indivíduo influir nas decisões que tomam os responsáveis.

Além da inclusão da imprensa escrita no contexto da liberdade de comunicação, a sua defesa é reforçada pela democratização do processo de comunicação, evidenciada pela garantia efetiva a todos dos meios necessários para expressão de pensamentos e comunicação de informações¹².

Embora a democracia sofra diversas interpretações em vários períodos e diferentes sociedades, a verdade, porém, é que atuar “democraticamente” se converte em um das expressões mais influentes e bem-sucedidas na política contemporânea¹³.

A eficácia irradiante do ideal democrático para além das fronteiras do território político justifica-se no plano das constituições (CF/88) pelo sentido constitucional da democratização da democracia, no plano político como uma realidade de constante referência na justificação das atividades societárias no âmbito negocial.

¹² FERREIRA, Aluizio - Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição brasileira. São Paulo: Celso Bastos Editor, 1997.

¹³ O'DONNELL, G. Teoria democrática e política comparada. Revista Dados, 1999, v. 42, 577- 654;

Na esteira da compreensão da funcionalidade na manutenção dos jornais impressos para não restringir sem justa causa o acesso a todos os meios de comunicação, ressalta-se que a defesa da imprensa escrita deve ser disseminada cada vez mais pelas vantagens positivas, promovendo uma maior abertura, proximidade, racionalidade e responsabilidade informacional ao cidadão.

No campo da função social da imprensa escrita da imprensa escrita, especialmente os jornais expressos, observa-se a sua serventia:

- a) na proteção do regime democrático:** na medida em que propicia a participação dos cidadãos no debate público e na vida política;
- b) na proteção da dignidade da pessoa humana e do livre desenvolvimento da personalidade:** já que permite divulgação de informações menos fragmentadas e mais explicativas¹⁴;
- c) na proteção histórico-cultural da memória social:** na verdade, a imprensa escrita como um campo de oportunidades de informação e de formação, converte-se num território de difusão de notícias amplas, bem como de textos interpretativos e analíticos, funcionando como fontes documentais¹⁵ do cotidiano de interações sociais, cujo funcionamento

¹⁴ "Dai-me a liberdade para saber, para falar e para discutir livremente, de acordo com a consciência, acima de todas as liberdades" (MILTON, John - Areopagita: discurso pela liberdade de imprensa ao Parlamento da Inglaterra. Rio de Janeiro: Topbooks, 1999).

¹⁵ Historiadores de diversos matizes teóricos reconheceram na imprensa escrita novas possibilidades de análises e ressignificações do passado. Contudo, a inserção dos impressos na produção historiográfica

envolve singularidades e complexidades constitutivas das significações e articulações das pautas interativas estabelecidas pela realidade;

d) na proteção do pluralismo na comunicação: pode propiciar às pessoas conhecer as inúmeras concepções políticas, ideológicas e filosóficas existentes na sociedade democrática e com elas travar contato.

2. Credibilidade da Informação: Base da Imprensa Escrita

A sociedade ao longo dos séculos tem vivenciado uma série de problemas e questionamentos que envolvem o seu modo de relacionar-se com o mundo que a rodeia, colocando em questão o conhecimento, não apenas como mecanismo de compreensão e transformação do mundo, mas como uma necessidade para a ação.

Portanto, pensar o mundo, e a forma como o homem se relaciona com ele no contexto da realidade social, nos remete às formas de conhecimento na organização do pensamento, na ânsia de compreender as mudanças que se

brasileira, especialmente o uso de jornais, revistas, folhetins e edições ilustradas, ainda é recente se comparado a Europa e Estados Unidos. Somente nos últimos anos, os trabalhos que se valham de jornais e revistas como fonte para o conhecimento da história do Brasil se consolidaram. Identificam-se, a partir daí, relativo aumento na utilização dos periódicos como documento e objeto de pesquisas, incluindo-se dissertações de mestrado, teses de doutorado, publicações de artigos e/ou livros (CALONGA, Maurilio Dantielly. O jornal e suas representações: Objeto ou fonte da história. Comunicação & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS, vol. 01, n. 02 – edição especial, p. 79-87, nov 2012).

processam no modo da sociedade pensar, interagir e compreender o funcionamento da vida em suas diversas dimensões.

Não é de hoje que ouvimos falar que a intelegibilidade do mundo é uma preocupação constante do ser humano. Da mesma forma que tal preocupação não é nova, a relação do homem com o conhecimento também não o é, pelo contrário, é tão antiga quanto a própria existência humana de dominar a natureza para sua realização existencial.

Como produto cultural que resulta das necessidades sociais, a imprensa escrita é resultado da comunidade e do tempo nos quais estão inseridos, consolidando de forma segura e analítica sentidos socialmente construídos, tornando viável a compreensão da informação¹⁶, bem como a identificação da responsabilidade na veiculação da informação em prol da segurança humana.

Ferramenta capaz de desvelar o nível básico das relações sociais, a imprensa escrita registra as transformações ocorridas no processo de construção social eivadas de avanços e recuos, podendo ser deduzidas de uma análise das dissensões e questionamentos encontradas entre a configuração de ideias e ideologias e a caracterização da contingência biocultural do homem e da vida comunitária, tal como vem renovado no decurso não progressivo da história.

¹⁶ DEFLUIR, L. Melvin; ROKEACH, Sandra Ball. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

A imprensa escrita é o grande palco da história, pois cumprem o papel fundamental no estabelecimento e consolidação de democracias ao possibilitar que as pessoas fiquem conectadas ao mundo que existe à sua volta¹⁷.

O homem ao entrar em contato com a realidade quer compreender suas relações e produções, como garantia de seu modo de ser, estar e viver no mundo¹⁸. Nesta busca de direção e segurança na trajetória dinâmica e inacabada da vida humana, repleta de mudanças de valores, crenças, conceitos e ideias, surgem inquietações e preocupações, sobre os quais o homem quer explicações e soluções de orientação na existência para além de um adequado convívio social.

Neste cenário, o ser humano, possuidor da capacidade racional de refletir e pensar o mundo¹⁹, por meio da imprensa escrita, toma consciência das situações que vivencia, interagindo em um espaço e um tempo, com a possibilidade de transformar e adaptar a natureza às suas necessidades²⁰.

¹⁷ ALCADIPANI, R. O declínio dos jornais. GV Executivo, v. 6, n. 2, mar-abr. 2007; SUNSTEIN, Cass R - Democracy and the problem of free speech. New York : The Free Press, 1995.

¹⁸ “(...) há em todas as coisas um desejo natural de serem do melhor modo que lhes permite a sua condição natural, que agem em ordem a esse fim e dispõem dos instrumentos adequados. Entre estes, a capacidade de julgar corresponde ao objetivo de conhecer, para que não seja em vão a apetência e cada uma possa atingir no [objeto] amado o repouso de sua própria natureza” (CUSA, Nicolau de. A Doutrina da Ignorância, livro I, cap. I, 2003, p.3).

¹⁹ “O dualismo sujeito e objeto pertencem à essência do conhecimento” (HESSEN, Johannes. Teoria do Conhecimento. Coimbra: Editora Arménio Amado, 1980, p. 26); “O homem é um ente que não se limita a por-se frente aos outros entes, mas que se caracteriza justamente por compreender o ser das coisas, especialmente o seu próprio, reconhecendo um sentido e não apenas existência às coisas” (HEIDEGGER, Martin. Ser e Tempo. Petrópolis: Vozes, 2006, p.39 e seguintes).

²⁰ O ser humano como organismo vivo é um sistema cognitivo, capaz de conhecer o mundo, por meio de enredos explicativos (MATURANA, H. & VARELA, F. A árvore do conhecimento: as bases biológicas do conhecimento humano. Campinas: Psy, 1995).



Partindo da ideia de que a realidade é problemática apresentando desafios e resistências, a imprensa escrita busca pela compreensão da experiência compartilhada dos sujeitos com o mundo e das coisas que o cercam, utilizar suas cognições e habilidades, inteligência e criatividade, para veiculação de notícias locais, discussão de temas regionais e fonte de informação sobre os acontecimentos do país e do mundo, refletindo na construção de modelos explicativos de aprendizagem e manipulação do mundo²¹, até para lidar com a impossibilidade da previsibilidade num contexto sistêmico de contínuas e descontínuas mudanças²².

O fator credibilidade aparece como um fator de afirmação do jornal impresso, pois o público que deseja informação de qualidade continua recorrendo as plataformas impressas. E essa informação de qualidade faz parte da necessidade das pessoas de buscarem não apenas conhecer, mas compreender a realidade, construindo justificativas num contexto histórico-espacial, em forma de teorias argumentativas e reflexivas da vida, já que a

²¹ “O homem tende a captar uma realidade, fazendo-a objeto de seus conhecimentos. Assume a postura de um sujeito cognoscente de um objeto cognoscível. Isto é próprio de todos os homens e não privilégio de alguns (por isso a consciência reflexiva deve ser estimulada, conseguir que o educando reflita sobre sua própria realidade). Quando o homem compreende sua realidade, pode levantar hipóteses sobre o desafio dessa realidade e procurar soluções. Assim, pode transformá-la e com seu trabalho pode criar um mundo próprio: seu eu e suas circunstâncias” (FREIRE, Paulo. Educação e Mudança. Tradução de Moacir Gadotti e Lílian Lopes Martin. São Paulo: Paz e Terra).

²² CAMPBELL, D. Evolutionary Epistemology. In: SCHILPP, P. (Ed.). Library of Living Philosophers, Vol. Popper. La Salle: Open Court, 1974.

singularidade humana exsurge da descoberta e vivência dos significados atribuídos ao mundo e organizados de forma articulada²³.

A realidade é compreendida pelo homem não apenas através das percepções imediatas, mas pela mediação das abstrações teóricas no contexto histórico-social, em que cada conhecimento novo é uma assimilação crítica dos conhecimentos anteriormente estabelecidos. A compreensão inteligível da realidade ao permitir ações adequadas para satisfação das necessidades e resolução dos problemas, ultrapassando as aparências para chegar à essência, necessita de um caminho, um método que garanta a elucidação da realidade e não a verdade²⁴.

3. Compreensão Informacional: Publicidade Material

Conexo com a primeira coordenada assinalada, um dos sintomas da viabilidade compreensiva da informação pela imprensa escrita aponta para reconfiguração do papel e das funções da publicidade e para nítido reforço na promoção de uma cultura de visibilidade, como alicerce inescusável da legitimidade democrática na realização do processo sociopolítico.

²³ “Informar era, de alguma forma, fornecer não só a descrição precisa – e comprovada – de um fato, de um acontecimento, mas também um conjunto de parâmetros contextuais que permitiam ao leitor compreender seu significado profundo” (RAMONET, Ignácio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999).

²⁴ LUCKESI, Cipriano. *Filosofia da educação*. São Paulo: Cortez, 1994, p, 121-131.



Este vetor consubstancia-se, desde logo, na divulgação dos atos societários, não apenas no diário oficial, mas também nos jornais de grande circulação, permitindo uma **AMPLA DIVULGAÇÃO**.

O artigo 289 da lei das S.A, ao mencionar a dupla publicação, traz uma garantia jurídica não apenas para investidor, mas também para a própria coletividade, de obediência às formalidades, que devem ser observadas na formação da vontade da sociedade empresária.

Neste cenário, a exigência da publicidade feita por norma jurídica, ostenta a condição de requisito necessário à regularidade do ato. Enfoque esse legalista compatível com o Estado de Direito, já que reflete o acatamento a uma estrutura normativa posta, vigente e positiva.

Na publicidade legal no âmbito das sociedades anônimas, o cumprimento de suas determinações cinge-se à exposição **AMPLA** ao público, seja para validar o ato, seja para garantir sua eficácia, com observância da forma prevista. Essa dimensão exprime o caráter “público” da atuação societária. Sua finalidade é tornar publicar, tornar do conhecimento público.

A exigência da publicidade por meio da dupla publicação (diário oficial e jornal de grande circulação) é feita por norma jurídica, de forma que integra o campo da juridicidade do ato societário, ostentando a condição de requisito necessário à regularidade integrante da forma do ato.

Se for constada a exigência e verificada a forma, não há dúvida que a não publicidade ou a não observância da forma exigida pela publicidade gera nulidade do ato²⁵. Considerando ser a publicidade do ato essencial à sua forma, temos que a não publicidade ou sua realização de forma incompleta gera a nulidade do ato, comprometendo a lisura nas atividades societárias.

No conteúdo, a publicidade envolve a mais ampla divulgação possível, principalmente quando os administrados forem individualmente afetados pela prática do ato, ressalvados as hipóteses de sigilo. A publicidade deve ocorrer quando for essencial à prática do ato.

Na dimensão intersubjetiva, a publicidade pode ser concebida como um direito de ter conhecimento dos atos societários (perspectiva do investidor e da sociedade como um todo); ou um dever de divulgação oficial dos atos (perspectiva da sociedade anônima). O objetivo com a publicidade material, pela AMPLA DIVULGAÇÃO é colocar os investidores e a própria sociedade como um todo em condições de compreender as ações da sociedade empresária no trato do empreendimento negocial.

Divulgar os atos societários pelos jornais de grande circulação, além dos diários oficiais, é objetivo de um paradigma de gestão preocupado com a fixação dos meios do exercício do jogo democrático, com a construção de uma maior aproximação entre a sociedade e seus representantes com uma

²⁵ A violação da publicidade ao representar uma desconformidade entre o ato e o ordenamento jurídico, não cumpre a exigência jurídica para sua regular admissão no ordenamento jurídico. Constatada-se um vício do ato. Diante da desconformidade entre o ato, pelo desrespeito à publicidade surge a invalidação e a convalidação como meios para eliminação do vício comprometedor da estabilidade jurídica.

cidadania aliada ao desenvolvimento de uma democracia participativa que tenha como meta a descentralização das decisões políticas, o controle social do poder e dos recursos e o exercício dos mecanismos de cogestão.

4. Avanço dos Meios Digitais e a Preservação dos Jornais Impressos

A sociedade tem se inquietado no questionamento e no enfrentamento do debate acerca de como se justifica a mídia tradicional no contexto digital. A defesa da imprensa escrita, neste contexto, parte da constatação dos limites dos arranjos da mídia digital, assentada na fragmentação informacional e na redução dos ideais democráticos, afirmando-se como mecanismo caracterizado pela eficiência, credibilidade e transparência.

Os apoiadores da tese da superação da mídia tradicional pela mídia digital tem apontado para uma crise de legitimidade que atinge o sistema de comunicação em massa, relacionada à incapacidade da mídia tradicional de acompanhar a praticidade e velocidade que a mídia digital proporciona à comunicação entre as pessoas e à circulação de notícias.

Acontece que, em vista desta tese, a defesa da imprensa escrita põe em questionamento a legitimidade da comunicação digital, tanto no sentido da má qualidade dessa representação, quanto da massificação informacional não contributivo da intelegibilidade e esclarecimentos na formação da cidadania e preservação cultural.



Desta forma, diante do fato do exercício da interpretação decorrer da capacidade do ser humano de conhecer as coisas de forma significativa expressa na racionalidade humana, destaca-se a imprensa escrita como ferramenta na busca dessa compreensão da realidade transformada num saber com uma estrutura argumentativa que lhe garanta coerência e visão analítica.

Cabe ressaltar, desde já, que a racionalidade como fundamento do conhecimento humano, deve ser guiada não por um modelo evolucionista de causas naturais revelado num processo de luta de sobrevivência²⁶, mas como instrumento de previsão das consequências que não se limita a formular juízos, mas a reconstruir a essência, enfocando os aspectos aleatórios e imprevisíveis na dinâmica dos sistemas.

A defesa da imprensa escrita é elemento de legitimação democrática, construída com informações e conteúdo que chegam aos leitores de maneira ética, responsável, transparente e com qualidade, privilegiando desta forma uma concepção substancialista da publicidade comprometida em fornecer respostas adequadas à coletividade.

A suposta crise de legitimidade da mídia tradicional frente aos avanços tecnológicos deve ser repensada diante da constatação da importância da imprensa escrita, seja na articulação de uma multiplicidade de discursos sobre a reflexão cotidiana da realidade com maior profundidade e contextualização

²⁶ “A existência da mente é certamente um dado para a construção de qualquer imagem do mundo; no mínimo, sua possibilidade deve ser explicada. E parece difícil acreditar que sua aparição decorresse de um acidente natural, como o fato de que há mamíferos” (NAGEL, Thomas. A última palavra. São Paulo: Editora UNESP. 1998. p. 155).

das notícias, seja no reconhecimento como instrumento de inserção da cultura com matéria-prima para autonomia política dos cidadãos.

A mídia digital não pode ser tida por suficiente para justificar e legitimar uma cidadania ativa, já que com a pontuação de fatos não fornece às pessoas a real compreensão dos acontecimentos, com um presente sem memória, e sem uma inserção ampla e contextualizada no sentido da informação²⁷.

Neste sentido, defende-se a necessidade da coexistência e complementariedade entre a mídia digital e a mídia tradicional e a revalorização dos jornais impressos no contexto da comunicação digital, partindo do pressuposto de que a mídia digital é insuficiente de per si de selecionar e aprofundar conhecimentos, estabelecer relações, contextualizar e desenvolver os temas de forma explicativa e analítica, para abarcar o sentido da publicidade e o valor da cidadania²⁸.

A crise da legitimidade da mídia tradicional no contexto da comunicação digital é a perda de legitimação de uma sociedade que aprofunda cada vez mais sua espetacularização, com a falta de nortes e valores que orientam a

²⁷ “Uma contestação do hiperespaço informacional e uma expressão da necessidade humana básica de viver em estruturas de temporalidade de maior duração, por mais que elas possam ser organizadas. É também uma formação reativa de corpos mortais que querem manter sua temporalidade contra um mundo de mídia que espargue sementes de uma claustrofobia sem tempo e engendra fantasmas e simulações. Nesta visão distópica de um futuro high-tech, a amnésia não seria mais parte da dialética entre memória e esquecimento. Ela seria seu “outro” radical, decretando o verdadeiro esquecimento da própria memória: nada para lembrar, nada para esquecer” (HUYSSSEN, Andreas. Memórias do modernismo. Tradução de Patrícia Farias. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997).

²⁸ “À tentativa de diminuir o ritmo do processamento de informações, de resistir à dissolução do tempo na sincronidade do arquivo, de descobrir um modo de contemplação fora do universo da simulação, da informação rápida e das redes de TV a cabo, de firmar algum “espaço-âncora” num mundo de desnorteante e muitas vezes ameaçadora heterogeneidade, não sincronidade e sobrecarga de informações” (HUYSSSEN, Andreas. Memórias do modernismo. Tradução de Patrícia Farias. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997).

vida das pessoas, formando cidadãos não conscientes e nem críticos, prejudicando a construção de uma sociedade mais democrática e igualitária²⁹.

A importância social da imprensa escrita resulta da necessidade de transformar informação em conhecimento, capacitando o indivíduo a refletir de modo a serem capazes de lidar com funções e variantes informacionais na sociedade, e com um novo reconhecimento de si mesmos, a fim de que possam exercer a cidadania para participar na construção conjunta e plural das decisões fundamentais na formação do processo democrático legítimo.

Disso decorre, como premissa conclusiva a afirmação da necessidade da coexistência e complementariedade entre a mídia digital e tradicional, partindo do pressuposto de que a imprensa escrita (em especial os jornais impressos) agrega valor ao desenvolvimento humano e suas potencialidades, abarcando o sentido da publicidade e o valor da democracia.

Os jornais venceram as fases da evolução tecnológica, superando todos os obstáculos apresentados por cada novidade, inclusive com esta evolução do universo digital, pois mesmo sendo disponibilizados em plataforma online, os grandes jornais de circulação continuam crescendo, pois o jornal, ainda é um veículo popular e poderoso no relato de notícias e fatos da realidade, e é por isso que este meio de comunicação é tão importante para a população e até mesmo para as empresas.

²⁹ IMBERNÓN, F. Formação docente e profissional: formar-se para mudança e a incerteza. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2006.



Terceira Seção

Relevância dos Jornais Impressos

1. Imprensa Escrita e Democracia
2. Imprensa Escrita e Identidade Cultural
3. Imprensa Escrita e Verdade
4. Descredenciamento do Virtual em favor dos Jornais Impressos
5. Da insegurança e dos ataques cibernéticos ocorridos

Terceira Seção: Relevância dos Jornais Impressos

1. Imprensa Escrita e Democracia

A imprensa escrita, por meio dos jornais impressos são instrumentos de legitimação e difusão de informações e significados que exercem papel preponderante, seja na proliferação de espaços de interação, seja na articulação de multiplicidades de discursos, constituindo-se em condição necessária para a formação do processo democrático.

Subjaz à presente informação a reflexão acerca da capacidade da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, condensarem informações e opiniões, influenciando percepções e comportamentos do público em geral, de forma a estimular a autonomia política dos cidadãos na efetividade da deliberação crítica e racional da esfera pública, decisões políticas, funções e variantes do poder estatal.

Seja como for, para assegurar as condições da dinâmica dos regimes democráticos a imprensa escrita organizada numa estrutura plural e competitiva com capacidade de refletir, se não toda, pelo menos as correntes mais importantes da diversidade ideológica, política e cultural da sociedade, protege a “liberdade de expressão” e seus desdobramentos: a pluralidade de opiniões e a responsabilização de sua.

A importância social da imprensa escrita foi paulatinamente reconhecida como uma instituição política e sobretudo como pressuposto à democracia, a ponto de a adjetivação “democrática” só ser conferida a sociedades em que a livre manifestação da opinião, sobretudo por intermédio da imprensa escrita, por jornais impressos, exista na sociedade.

Disso decorre o reconhecimento da imprensa escrita como um fator determinante para os regimes democráticos, sendo a chave para as manifestações de liberdade, devendo ser preservado na sociedade, não apenas como uma questão de reconhecimento, mas de efetividade na formação do processo democrático legítimo.

Não há que se falar em liberdade nem democracia quando faltam as condições mínimas para a permanência da imprensa escrita, sendo uma concepção de liberdade e igualdade num Estado Democrático de Direito. Remover a imprensa escrita³⁰ da sociedade é dificultar a democracia impedindo a participação de todos os cidadãos na vida política, econômica, cultural e social³¹.

Numa democracia defende-se o pluralismo dos meios de comunicação, e não a extinção da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, uma

³⁰ “[...] a eliminação dos impedimentos à distribuição equitativa das oportunidades, uma a uma, à medida que se revelam e são trazidas à atenção pública, graças à articulação, manifestação e esforço das sucessivas demandas por reconhecimento” (BAUMAN, Zygmund. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2003)

³¹ “Na atualidade os Estados que reconhecem e estimulam seus cidadãos a pensar por si mesmos, a expressar seus pensamentos e ideias diretamente e por meio do acesso aos meios de comunicação social, estes Estados, são os mais livres e igualitários da Comunidade Internacional” (FERNÁNDEZ, Antonio Aguilera. La Libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información: Posibilidades y límites constitucionales. Granada. Espanha: Editorial COMARES, 1990).



forma de comunicação primordial para os fatores de legitimação do exercício da democracia. O pluralismo leva à complexidade das relações interpessoais. Os conflitos atingem elevado grau, em parte pelo avanço das tecnologias de comunicação. A nova fronteira eletrônica de comunicação, a Internet, permite que grupos de usuários preguem a intolerância racial e sexual³².

O fim da imprensa escrita representa um verdadeiro obstáculo ao processo democrático, já que é forma de transmissão de opiniões e informações. O art. 19 da Declaração dos Direitos do Homem de 1948 fala em direito de receber e transmitir informações e ideias: “Todo homem tem direito à liberdade de informação e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”.

A liberdade de expressão inclui a liberdade de imprensa, que inclui a existência e o reconhecimento dos meios de comunicação, incluindo a imprensa escrita³³. Essa imprensa escrita é formadora de opinião pública,

³² “[...] as liberdades de comunicação pretendem alargar o seu âmbito de proteção a todas as formas de comunicação humana, incluindo aquelas, de índole não cognitiva, não racional, não discursiva, que, apelando em maior medida às dimensões emocionais e impressivas dos indivíduos, atuam diretamente sobre as suas perspectivas, imaginação e sensibilidade [...] Nas palavras de Paul Gewirtz, a esfera de discurso público deve ser entendida, em termos multidimensionais, como um espaço de tensão dialética entre emoção e razão, sentimento e deliberação, história e teoria, retórica e argumentação. Uma correta interpretação das liberdades de comunicação deve compreender o sujeito não apenas nas suas dimensões racionais e intelectuais, mas também nas de natureza espiritual, moral, emocional, passional e mesmo física e sensual” (MACHADO, Jónatas. E. M. Liberdade de Expressão: dimensões Constitucionais da Esfera Pública no Sistema Social. Coimbra: Coimbra Editora, 2002).

³³ “Seja através da palavra oral ou escrita - que abrange jornal, circular, brochura, panfleto, cartaz, gravura, revista, livro, entre outros -, seja pela mímica, ou ainda pelos símbolos (sinais convencionais ou qualquer outro representativo de ideias, bandeiras, semáforos, distintivos, desenhos, imagens, composições, sem prejuízo de qualquer outro meio). Não importa também a substância empregada: papel, pergaminho, tela, cartão, madeira, papelão, plástico, tinta etc..” (ZISMAN, Célia Rosenthal. A liberdade

exercendo relevante função social e possibilitando o desenvolvimento da liberdade de escolha dos indivíduos para reforçar o regime democrático³⁴.

É preciso defender a imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, fundamental para uma democracia. Uma vez que o povo não possa expressar seu ponto de vista livremente, o controle popular não se realiza. Portanto, a liberdade de expressão é garantida evitando-se a censura governamental aos discursos e à imprensa.

Um dos alicerces da democracia é a responsabilidade pelos discursos e opiniões. Na imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, é possível identificar o responsável pela emissão da informação, opinião ou discurso. Diferente no meio virtual, pelas dificuldade da própria regulação do ciberespaço.

A permanência da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, representa o fomento de discursos que valorizam os valores éticos, políticos e jurídicos expressos no Estado Democrático de direito³⁵, o que difere do meio virtual em que infelizmente nos deparamos com discursos de desvalorização,

de expressão na Constituição Federal e suas limitações: os limites dos limites. São Paulo: Livraria Paulista, 2003).

³⁴ “Os meios de comunicação não apenas pelo que informam, mas pelo que deixam de informar, ditam a opinião de cada ser humano, determinando-lhe as paixões e os ódios” (ANDRADE, José Carlos Vieira de. Os direitos fundamentais da Constituição Portuguesa de 1976. 2. ed. Coimbra: Almedina, 1998).

³⁵ “Para falar politicamente, a liberdade de expressão significa alguma coisa mais que a regra da maioria em matéria de expressão, ou, na teoria, significa pouco. A única sensível interpretação da liberdade de expressão como um direito legal é aquela que nega a todos, incluindo uma maioria unida de um público, o direito de arbitrariamente negar a liberdade de expressão a qualquer um. Positivamente, a liberdade de expressão expressa o princípio da tolerância e está nele baseada. A intolerância e, particularmente, o ódio são ideias que não podem permanecer em pé de igualdade com outros concorrentes no mercado de ideias” (FISH, Arthur. Hate Promotion and Freedom of Expression: Truth and consequences. Canadian, Journal of Law and Jurisprudence, v. 2, n. 2, p. 111-137, July, 1989).

menosprezo ou desqualificação de indivíduos, numa verdadeira situação de desrespeito social³⁶.

A extinção da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, obstaculiza o reconhecimento do valor universalizante da pessoa humana, prejudicando a defesa da participação democrática como expressão da soberania popular, premissa indispensável para regular a estreita vinculação que deve existir entre a democracia e os direitos fundamentais revelada por significados compartilhados e valores mínimos unificados.

A comunicação baseia-se no reconhecimento da imprensa como um dos meios responsáveis no agir comunicativo. Sem essa comunicação não existe consciência, nem ação na constituição de um horizonte possível e necessário para consolidação da legitimidade democrática.

2. Imprensa Escrita e Identidade Cultural

A defesa da imprensa escrita é a proteção do direito à identidade cultural como um dos valores atinentes à própria construção da sociedade, baseada na comunicação ensinada e compartilhada nos jornais impressos.

³⁶ “Afirma-se que o discurso de incitação do ódio tende a diminuir a auto-estima das vítimas, impedindo assim a sua integral participação em várias atividades da sociedade civil, incluindo o debate público. Mesmo quando estas vítimas falam, falta autoridade às suas palavras; é como se elas nada dissessem” (FISS. Owen M. A Ironia da Liberdade de Expressão: Estado, Regulação e Diversidade na Esfera Pública. Trad. e Prefácio de Gustavo Binembojm e Caio Mário da Silva Pereira Neto. Rio de Janeiro: Ed. Renovar, 2005).



Disso decorre que, a imprensa escrita fornece informações e opiniões que abarcam a todas as expressões produtivas do ser humano, tecnológicas, econômicas, artísticas e domésticas. Implica uma relação sistemática entre cada aspecto da vida, tal como esta é vivida.

Convém salientar que os jornais impressos, como fonte da imprensa escrita, consagram a identidade cultural de um povo, revelando soluções originais que um grupo de seres humanos inventa, a fim de se adaptar ao meio ambiente natural e social³⁷.

Neste contexto, ressalta-se a necessidade da valorização da imprensa escrita como um aspecto importante para o desenvolvimento, pois só assim as pessoas podem ter mais facilidade de encontrar soluções criativas para os problemas enfrentados no seu cotidiano de vida, fortalecendo ainda mais sua identidade e valores.

A imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, atua como fermento do desenvolvimento, pois é ela que gera e transmite os valores de geração em geração, porque é a representatividade da identidade cultural na permanente evolução dos sentimentos e das maneiras de perceber as coisas que caracterizam todas as comunidades³⁸.

³⁷ KASHIMOTO, Emília M.; MARINHO, Marcelo; RUSSEFF, Ivan. Cultura, identidade e desenvolvimento local: conceitos e perspectivas para regiões em desenvolvimento. Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local, Campo Grande, v. 3, n. 4, p. 35-42, 2002.

³⁸ HERMET, Guy. Cultura e desenvolvimento. São Paulo: Vozes, 1999.

3. Imprensa Escrita e Verdade

Neste tópico far-se-á a defesa da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos, como pressuposto de que existe um direito de verdade por parte desse meio de comunicação social e de um consequente direito do público em receber informação verdadeira, já que existe um maior controle e responsabilização nos dados contidos na notícia ou informação, não tendo o risco negativo e prejudicial das *Fake News* no meio virtual³⁹.

A manutenção da imprensa escrita, por meio dos jornais impressos visa assegurar o direito das pessoas de obterem notícia verdadeiras, reforçando a credibilidade neste meio de comunicação, evitando histórias falsas que, ao manterem a aparência de notícias jornalísticas, são disseminadas pela Internet criadas para influenciar posições políticas, ou como piadas.

A imprensa escrita quando viabiliza suas informações claras e verdadeiras, demonstra preocupação com o bem-estar, pois age de forma a proteger os interesses da coletividade. Nesse sentido os cidadãos conseguem compreender e fiscalizar a gestão pública, e a imprensa escrita garante uma atuação confiável⁴⁰, promovendo numa escala progressiva a interação

³⁹ CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. Liberdade de informação e o direito difuso a informação verdadeira. Rio de Janeiro: Renovar, 1994.

⁴⁰ “[...] poder confiar é condição fundamental para uma vida coletiva pacífica e uma conduta de cooperação entre os homens e, portanto, da paz jurídica.” (LARENZ, K. Derecho justo: fundamentos de ética jurídica. Tradução Luis Díez-Picazo. Madrid: Civitas, 1985).

cooperativa com os cidadãos⁴¹. Trata-se de um “efeito cascata”: a imprensa escrita fornece informações claras e verdadeiras, promove confiança que por sua vez cria estímulo para colaboração e comprometimento dos cidadãos nos assuntos públicos.

A confiança é uma das funções criadas de forma específica pela existência da imprensa escrita, como insumo para estratégias ou, para impedir a produção de ações ilícitas e prejudiciais à liberdade de comunicação.

Assim, a existência da imprensa escrita, com a permanência dos jornais impressos, está estreitamente ligada à base legitimadora da formação da confiança, uma vez que esta formação deve possuir elementos para que se possa obter a credibilidade dos cidadãos: a) elemento cognitivo: é conhecer as informações e notícias; b) elemento comportamental: é o agir comunicativas aberto às perspectivas informativas e participativas, e que levante o véu do sigilo à sociedade⁴².

4. Descredenciamento do virtual em favor dos jornais impressos⁴³

⁴¹ LUHMANN, N. Trust and power. Wiley, New York, 1979; LEALTAD, FUNDACIÓN. Guía de la transparencia y las buenas prácticas en las ONG. n. 1. Madrid, p. 2. 2003.

⁴² DAVIS, J. Access to and transmission of information: position of the media. Openness and transparency in the European Union, p. 121-126, 1998; LEWIS, J. D.; WEIGERT, A. J. Social atomism, holism, and trust. The Sociological Quarterly, 1985.

⁴³ BERGER, C. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, A.; PINTO, M. J. (Org.). O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996. p. 188-193; Rochlin, N. (2017). Fake news: belief in post-truth. Library Hi Tech, Vol. 35(3), pp. 386- 392. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>; Zúñiga, H. & Hinsley, A. (2013). The Press versus the Public: What is “good journalism”?. Journalism Studies, Vol. 14(6), pp. 926-942. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.744551>; Lehman-Wilzig, S. & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, ‘general’ news: The necessity and utility of an intermediate classification. Journalism, Vol. 11(1), pp. 37-56. <https://doi.org/10.1177/1464884909350642>

O relevo dos jornais impressos é sobretudo evidente, pois a desinformação com a circulação das *fake News* no meio digital é uma mola propulsora da perda da legitimidade das plataformas virtuais, que provoca instabilidade social e irradia uma crise sistêmica com prejuízos consideráveis.

A importância social dos jornais impressos resulta da conscientização na proteção contra as *fake News* que circundam o mundo virtual, de forma que a principal alternativa às notícias falsas está na informação de qualidade contidas nos jornais impressos que preservam os valores essenciais da seriedade e credibilidade.

Apesar das facilidades de comunicação, o meio virtual traz o risco das notícias falsas. Disso decorre a importância dos jornais impressos na apuração e filtragem da verdade. A eficiência informacional no jornal impresso traduz confiança na transparência e credibilidade da notícia.

A preservação das publicações oficiais, incluindo dos atos societários, ao seu turno, assume uma conotação de proteção de veracidade, apta a estimular a confiança precisa dos acontecimentos e sua correta divulgação. A credibilidade dos jornais impressos assume uma conotação valorativa e ideológica que se manifesta em conformidade com o sentimento social de uma comunicação pública adequada, fornecendo “aos cidadãos a informação que necessitam para serem livres e autônomos.

A publicação em jornais impressos reflete valores substanciais para a defesa do Estado Democrático de Direito: **a) a autonomia:** por funcionar como meio que visar qualificar a cidadania para efetividade de seus direitos fundamentais; **b) a precisão:** a clareza na narrativa das opiniões e notícias sobre os acontecimentos do mundo real, pautados pela veracidade e credibilidade; **c) a objetividade:** pela facilidade de acesso e obtenção dos meios para informação dos dados da vida real.

A preservação dos jornais impressos, confirma o discurso verdadeiro necessário para legitimidade democrática, controle social nas políticas públicas e realização do processo político com efetividade dos direitos fundamentais, que Habermas acentua na sua teoria de ética da comunicação.

Habermas defende que a comunicação é discurso simultaneamente destinado a representar a atualidade de uma situação, a refletir honestamente as intenções do emissor e a aproximar o emissor e o receptor de uma posição de consenso ou de entendimento mútuo. Em contraste, um discurso que represente mal a realidade, como o risco trazido das fake News trazidos pelo meio digital, que obscureça as intenções do emissor, e que tente manipular o receptor, é algo muito mais estratégico e que se afasta da verdadeira comunicação.

5. Da insegurança e dos ataques cibernéticos ocorridos

Ainda, esclarece-se que o grande oponente dos jornais impressos para as publicações oficiais são os portais de *internet*, cabendo aqui destacar a insegurança inerente a estes meios de comunicação.

Faz-se destaque a algumas invasões e ataques cibernéticos ocorridos nos últimos tempos.

O primeiro que devemos abordar, foi a ocorrência no sistema do Superior Tribunal de Justiça que acarretou na interrupção de diversos julgamentos que aconteciam de maneira online e simultânea nas seis turmas da corte.



44

Tal invasão trouxe inúmeros prejuízos, i) suspensão dos prazos processuais por uma semana e ii) a possibilidade que todos os dados, petições

44 <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/11/09/ataque-no-stj-hacker-continua-com-o-controle-de-documentos-sigilosos.htm>

8

e informações dos usuários tenham sido copiadas do sistema para os computadores dos invasores.

Em seguida, temos de citar a grande invasão ocorrida no início da última década às páginas da Presidência da República, Portal Brasil e da Receita Federal. Este foi o maior ataque cibernético sofrido pelo governo brasileiro.



45

Neste caso, em conformidade com o apurado pelo Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), o ataque que, aparentemente, não ocasionou danos às informações disponíveis nas páginas teve o seu nascedouro nos servidores localizados na Itália.

⁴⁵ <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/06/ataque-hacker-foi-o-maior-ja-sofrido-por-sites-do-governo-na-internet.html>

8

⁴⁶Ainda, acerca da insegurança dos portais de internet, colaciona-se o caso ocorrido junto a prefeitura de Contagem, pois a mesma teve o seu sistema hackeado em menos dez minutos, segundo o invasor - foi o tempo suficiente para que vasculhasse todo o site da prefeitura, como pode ser visto abaixo:



← → ↻ itatiaia.com.br/noticia/site-da-prefeitura-de-contagem-e-hackeado-nesta-segunda-feira-29

Notebook Samsung Dual Core 4GB 64GB SSD Tela Full HD 13.3
Windows 10 Flash F30 NP530XBB-AD1BR
R\$ 2.499 R\$ 2.699

Comprar agora

Home . Cidades . **Mistério**

NOTÍCIAS

COMPARTILHAR

Hacker invade e deixa recado sobre insegurança do site da Prefeitura de Contagem, na Grande BH

Até o início da noite, a plataforma não tinha retornado à normalidade

No mesmo sentido traz-se aos estudos o ataque hacker sofrido no dia 07/11/2020, onde vários serviços digitais da Prefeitura de Vitória ficaram suspensos, entre eles, aulas online, agendamentos de consulta e emissão de notas. Cita-se, aqui, que estavam sem proteção e interromperam os processos de Licitações e agendamentos de serviços online, além de inúmeros outros por mais de 10 dias.

⁴⁶ <https://www.itatiaia.com.br/noticia/site-da-prefeitura-de-contagem-e-hackeado-nesta-segunda-feira-29>



Prefeitura de Vitória

Ataque hacker em Vitória: 10 dias depois, nem todos os serviços voltaram

A Prefeitura de Vitória informou que a maioria dos serviços online já foram retomados. Apesar disso, há serviços ainda sendo restabelecidos

Isabella Arruda | Repórter
isarruda@redgazeta.com.br

Vitória
Publicado em 17/11/2020 às 22h15



Cumpre mencionar que a internet e estes portais não são bem regulados deixando uma vulnerabilidade que pode acarretar uma série de prejuízos.

Por fim, temos que colocar em dúvidas até que ponto os portais digitais terão condições técnicas, seguras e criptografadas (segurança de ponta a ponta), para suportar o alto volume de demanda das empresas que deverão publicar os seus balanços e demais atos societários obrigatórios.

⁴⁷ <https://www.agazeta.com.br/es/cotidiano/ataque-hacker-em-vitoria-10-dias-depois-nem-todos-os-servicos-voltaram-1120>

QUARTA SEÇÃO

Publicações Legais no Direito Societário

1. Publicações Legais nas Sociedades Anônimas
2. Regras das Publicações Legais nas Sociedades Anônimas
3. Escolha do Jornal de Grande Circulação nas Sociedades Anônimas
4. Publicações Legais nas Sociedades Limitadas



QUARTA SEÇÃO: Publicações Legais no Direito Societário

1. Publicações Legais nas Sociedades Anônimas

A figura das companhias ganha destaque no cenário negocial para o desenvolvimento e o crescimento econômico. Inspirada no modelo americano, surge com intuito de prover segurança jurídica para investidores.

A fim de estabelecer uma regulamentação jurídica para essas sociedades empresariais de capital aberto ou fechado que funcionam como importante instrumento de financiamento para grandes empresas⁴⁸, surge a Lei das Sociedades por Ações que, por sua vez, estabelece uma série de regras para as Sociedades Anônimas.

Dentre as regras estabelecidas, temos as publicações legais⁴⁹ que mais do que uma exigência legal, representam uma ferramenta que auxilia na avaliação e mensuração das companhias inseridas dentro do mercado financeiro. No âmbito das sociedades anônimas, podemos apresentar as principais publicações obrigatórias:

⁴⁸ REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial. v. 1. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

⁴⁹ É obrigatória, nos anúncios publicados por exigência legal nos jornais, sejam editais, convocações, balanços, citações e avisos, a utilização de um corpo suficientemente legível, devendo o tipo de letra ser, no mínimo, de corpo seis, de quaisquer famílias, e que o título dessas publicações seja de tipo doze ou maior, de qualquer família. (Lei 8.639/93, art. 1º).

a) Publicações dos atos constitutivos: nenhuma companhia poderá funcionar sem que sejam arquivados e publicados seus atos constitutivos, nos termos do artigo 94 da Lei 6404/76⁵⁰;

b) Publicação de aviso aos acionistas: um mês antes da realização da assembleia geral ordinária anual, deve ser publicado o aviso sobre a disponibilidade de documentos importantes para a transparência do negócio: I – o relatório da administração sobre os negócios sociais e os principais fatos administrativos do exercício findo (cada período de exercício tem duração de um ano); II – a cópia das demonstrações financeiras; III – o parecer dos auditores independentes, se houver. Há Dispensa da publicação em dois casos: a) a assembleia geral que reunir a totalidade dos acionistas está dispensada da publicação dos anúncios (Lei 6.404/76 art.133 § 4o); ou b) a empresa que publicar o Balanço e demonstrações financeiras até 01 (um) mês antes da data marcada para a realização da assembléia geral ordinária (Lei 6.404/76 art.133 § 5º)

c) Publicação do edital de convocação: no mínimo oito dias antes da realização da assembleia ordinária, que ocorre anualmente até quatro

⁵⁰ “Para que possam funcionar legalmente, as sociedades anônimas necessitam de ter arquivados e publicados os seus atos constitutivos. Nasce, legalmente, a pessoa jurídica com esse arquivamento e publicação de referidos atos, só a partir desse momento podendo a sociedade obrigar-se perante terceiros. Constituindo-se a sociedade por deliberação da assembleia geral, seja por subscrição pública ou particular do capital, necessário será que sejam arquivados no Registro de Comércio de sua sede: Um exemplar do estatuto assinado por todos os subscritores do capital social, ou se a subscrição do capital tiver sido pública, os originais do estatuto e do prospecto, assinados pelos fundadores bem como um exemplar do jornal oficial em que o estatuto e os prospectos tiverem sido publicados; (...)” (MARTINS, Fran. Curso de direito comercial: empresa comercial, empresários individuais, sociedades comerciais, fundo de comércio. 8.ed. ver. e atual. Rio de Janeiro, Forense, 1981)

meses depois do término de cada exercício social de um ano, deve ocorrer a convocação para o evento. São feitos três anúncios ao todo, em ocasiões diferentes. A Assembleia que reunir a totalidade dos acionistas está dispensada da publicação do edital (Lei 6.404/76 art. 124 § 4º da lei 6404/76).

d) Balanços financeiros: cinco dias antes da mesma assembleia, ocorre a publicação da demonstração financeira da empresa. Ela inclui os seguintes aspectos: I – balanço patrimonial; II – demonstração dos lucros ou prejuízos acumulados; III – demonstração do resultado do exercício; e IV – demonstração das origens e aplicações de recursos.

e) Atas de assembleias: após a realização das assembleias ordinárias ou extraordinárias das Sociedades Anônimas, as atas devem ser publicadas para informação dos demais acionistas e do público interessado. Isso, em conjunto com os balanços financeiros, aumentam a transparência da empresa junto aos órgãos fiscalizadores e aos consumidores.

f) Atas de reuniões: em outros tipos de reuniões, quando houver alguma deliberação que tenha efeito em terceiros, como em outras empresas.

g) Reforma de estatuto: quaisquer mudanças no estatuto da S/A que afetem terceiros devem ser levadas a público, conforme indica a legislação.

h) Renúncia de administrador: torna-se eficaz, em relação à companhia, desde o momento em que lhe for entregue a comunicação escrita do renunciante, e em relação a terceiros de boa-fé, após arquivamento no registro de comércio e publicação.

i) Companhias fechadas com menos de vinte acionistas: várias publicações poderão ser dispensadas. A companhia fechada, com menos de vinte acionistas, e cujo patrimônio líquido seja inferior a R\$ 1.000.000,00, encontra-se dispensada de algumas publicações (art. 294). A convocação da Assembleia Geral, em vez de publicada no Diário Oficial e em jornal de circulação local, poderá, nesse mesmo caso, ser substituída por anúncio entregue, contra recibo, a todos os acionistas, com antecedência de oito dias⁵¹.

Verifica-se que a correta publicação dos atos societários é necessária para que os respectivos acionistas tenham efetiva ciência de todos os atos societários praticados pela Sociedade Anônima. Evita-se, dessa forma, que ocorra qualquer tentativa de afastar da direção da empresa determinados acionistas mormente os minoritários, garantindo-se, assim, a plena participação de todos os seus sócios.

⁵¹ TAVARES BORBA, José Edwaldo – Direito Societário – 12ª Edição – pg. 538/539 – Ed. Renovar

2. Regras das Publicações Legais nas Sociedades Anônimas

No âmbito da regulamentação jurídica das sociedades anônimas, em homenagem à publicidade e transparência dos atos societários, destaca-se a previsão normativa da publicidade legal: quanto mais transparente e responsável for a empresa, mais confiança passa a investidores e ao público geral.

O artigo 289 da Lei das Sociedades por Ações prescreve a obrigatoriedade das publicações legais para que os respectivos acionistas tenham efetiva ciência de todos os atos societários praticados pela Sociedade Anônima, trazendo à baila os seguintes parâmetros para definir o *modus operandi* para as publicações de atos societários:

a) A publicação deve ocorrer, de acordo com o LOCAL DA SEDE DA SOCIEDADE⁵², no Diário Oficial da União ou do Estado-membro onde se localiza a sede da sociedade e também em jornal de grande circulação⁵³.

⁵² “O diploma de 1976 – mercê das emendas ocorridas no Congresso ao projeto governamental – reafirmou o regime de publicidade legal e, ainda, produziu uma inovação importante, qual seja, a publicação em jornal de grande circulação da localidade onde se encontra a sede da companhia, se houver. Adotou o regime *ratione loci*. Assim, diferentemente do diploma de 1940, que estadualizou o regime de publicação, o diploma de 1976 municipalizou-o, fazendo com que, além da publicação no órgão oficial do Estado, fossem os atos sociais publicados em jornal de grande circulação, editado na localidade onde se encontra a sede da companhia” (CARVALHOSA, Modesto. Comentários à lei de sociedades anônimas: Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. São Paulo: Saraiva 1998. Página: 456.

⁵³ “A publicação em jornal de grande circulação permanece sujeita às mesmas regras, exigindo-se especialmente que se trate de jornal editado na localidade onde tem sede a sociedade. Quanto às demais publicações a serem ordenadas pela CVM, estas também, de acordo com o que determinar a CVM, poderão ser promovidas por outros meios, que não o jornal, que sejam capazes de disseminar a



b) A publicação legal se fará por três vezes, no mínimo, no órgão da União, ou do Estado, conforme o local em que esteja situada a sede da sociedade. Tendo a sociedade sede no Distrito Federal, a publicação tem que ser feita no Órgão da União, e é este o Diário Oficial. Nos Estados, os respectivos órgãos oficiais não conservam a mesma denominação⁵⁴. Concomitantemente, publicação idêntica se fará em outro jornal de grande circulação, este, evidentemente, na localidade em que tiver a sociedade sua sede.

O mesmo preceito publicacional se aplica às sociedades anônimas estrangeiras autorizadas a funcionar no país, com a variante de que a publicação primacial será no Diário Oficial da União e a subsidiária no local de sua sucursal, filial ou agência⁵⁵. Inclusive, na mesma esteira, cita-se a obra de Trajano De Miranda Valverde, evidenciando que as publicações oficiais devem seguir as regras legais, devendo a publicação ocorrer nos meios previstos no ordenamento jurídico ou no estatuto social.

informação.” (BORBA. José Edwalvo Tavares. Direito societário. 13.ed.rev. e atual – Rio de Janeiro: Renovar, 2012. Página 558); “Tais publicações devem ser efetuadas no órgão oficial da União ou do Estado, conforme o lugar em que esteja situada a sede da companhia, e em outro jornal de grande circulação, editado na localidade em que está situada a sede da companhia (art. 289)” (CORRÊA-LIMA, Osmar Brina. Sociedade anônima. 3. Ed. Ver. E atual. – Belo Horizonte: Del Rey, 2005 – Página 325)

⁵⁴ Tem o Estado de São Paulo o seu Diário Oficial; mas o órgão oficial do Estado de Minas Gerais se intitula simplesmente de Minas Gerais. O título pouco importa: o essencial é que o jornal seja o órgão oficial do Estado, ou do Território, ainda que seja periódico de propriedade privada, mas seja o incumbido da publicação oficial dos atos do Governo (FERREIRA, Waldemar. Tratado de sociedades mercantis. Volume quinto, revista e aumentada. 1958, Rio de Janeiro. Página 1936).

⁵⁵ (FERREIRA, Waldemar. Tratado de sociedades mercantis. Volume quinto, revista e aumentada. 1958, Rio de Janeiro. Página 1936).

“910. As sociedades anônimas devem viver sob o regime de publicidade dos seus principais atos, quer os relativos à sua constituição, quer os que, no curso da sua existência, exteriorizam o seu funcionamento regular.

Nem sempre a lei dispõe sobre o modo de fazer-se a publicação de certos atos, que interessam a acionistas e terceiros. Outras vezes, simplesmente declara que a publicação se fará pela imprensa. Assim, nos arts. 107, 114, 137, I, 144, 154, 156, 157, 159 e 160. A monotonia da repetição do modo de fazer-se a publicação acabaria por fatigar. Dai a necessidade do preceito geral, que vige para esses casos. Porque, quando, a lei, v.g., ordena ou declara, em dispositivo especial, que a publicação só se fará no órgão ou jornal oficial (arts. 54 e 103), não há necessidades de publicação em outro jornal de grande circulação.

A primeira parte do artigo se refere às sociedades por ações nacionais, que farão as suas publicações no órgão ou jornal oficial da União, ou do Estado, conforme o local em que esteja situada a sede, e em outro jornal de grande circulação.

A segunda parte do artigo dispõe sobre as publicações que as sociedades estrangeiras autorizadas a funcionar no país deverão fazer: no órgão oficial da União e no do Estado, onde tiveram sucursais, filiais ou agências. Quando os estatutos determinam o jornal de grande circulação, as publicações ordenadas por estes ou pela lei terão de ser feitas, obrigatoriamente, nele. A infração poderá acarretar a anulação da deliberação da assembleia geral, irregularmente convocada ou instalada (art. 156⁵⁶)”.

c) A lógica aplicada às publicações oficiais se aplica às realizadas nos jornais de grande circulação, ou seja, esta tem de ocorrer de forma periódica e com abrangência geográfica nacional ou no município em que se localizar a sociedade.

d) possibilidade de publicação adicional pela rede mundial de computadores, acompanhando diversas mudanças ao longo do tempo⁵⁷.

⁵⁶ VALVERDE, Trajano De Miranda. Sociedades por ações. Vol III. 2ª ed. Revista atualizada. Rio de Janeiro, 1953. Página: 183 e 184.

⁵⁷ “Nos termos do §7º, as companhias abertas, além de publicar, no Diário Oficial e em jornal de grande circulação, as informações exigidas nas Lei das S.A., poderão disponibilizar tais publicações pela rede mundial de computadores. A grande maioria das companhias abertas mantém um site onde são divulgadas tais informações. A conjugação dos §§ 1º e 6º permite que se chegue a uma conclusão bastante evidente: a forma como é feita a divulgação de informações constitui matéria meramente conjuntural, a depender dos meios de comunicação disponíveis; possivelmente, em futuro próximo, a publicidade das informações

e) as publicações e convocações elencadas no ordenamento jurídico devem ocorrer no Diário Oficial e em Jornal Local, nitidamente, a fim de dar publicidade aos atos sociais, devendo ser levado ao registro competente após a divulgação na imprensa da localidade⁵⁸.

f) algumas publicações podem ocorrer, inclusive, por meio diverso do jornal, desde que seja capaz de disseminar a informação; e caso não haja jornal local, a publicação poderá ocorrer em qualquer outro município vizinho⁵⁹, conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça transcrito abaixo:

será feita apenas por meios eletrônicos, mais velozes, eficazes e com menores custos para as empresas” (EIZIRIK, Nelson. A Lei das S/A Comentada. Volume III. São Paulo: Quartier Latin, 2011, pág.623).

⁵⁸ “Pode parecer, à primeira vista, que o art. 289 se aplique apenas àqueles casos em que a lei ordena publicações sem mencionar qualquer jornal, contrariamente ao que ocorre no caso ora em exame, em que é mencionado expressamente o órgão oficial. Tal interpretação, no entanto, não teria sentido no plano prático. Afinal, como justificar a necessidade de dois jornais para as publicações menos importantes (por exemplo, avisos pondo à disposição as contas do exercício anterior), bastando apenas um jornal para as publicações mais importantes, como a dos próprios atos constitutivos da companhia? Somos assim de opinião que todas as publicações a serem feitas pela companhia – inclusive e principalmente a dos atos constitutivos – devam sê-lo ao menos em dois jornais (imprensa oficial e comum), em virtude da aplicação constante do art. 289, cujo contraste com o art. 98 pode ter sido muito bem o resultado de falta de harmonização final dos dispositivos que pertencer agora à Lei nº.6.404. Aliás, a própria redação do art. 98 deixa a desejar, no plano prático, quando alude genericamente à publicação “em órgão oficial do local de sua sede! Digamos que a companhia tenha sede numa capital de Estado, em que sejam editados dois órgãos oficiais, o do Estado e o do Município: o dispositivo legal, no caso estaria aludindo à qual dos dois? Interpretação estritamente gramatical do texto leva à conclusão que os administradores da companhia teriam direito de escolher um dos dois; no entanto, nunca se cogitou dos diários oficiais municipais, com relação às publicações ordenadas pela lei das sociedades anônimas. Feita a publicação, um exemplar de cada jornal (naturalmente, não o jornal inteiro, mas apenas a página inteira onde se encontra a publicação) deve também ser arquivada no registro do comércio (CRISTIANO, Romano. Surgimento. Funcionamento e Término da Sociedade Anônima. São Paulo. IOB – Informações Objetivas, 1990, págs. 42 e 43).

⁵⁹ “(...) no que tange à publicação em jornal oficial, que está se faça, alternativamente, no Diário Oficial da União, ou em diário oficial do Distrito Federal ou do Estado, conforme a localização da sede da sociedade. Em outras palavras, pode-se afirmar que a publicação poderá, em qualquer caso, ser feita no Diário Oficial da União. A alternativa seria a publicação no diário oficial correspondente à sede da empresa. A publicação em jornal de grande circulação permanece sujeita às mesmas regras, exigindo-se

“A Turma decidiu que a publicação exigida pela lei pode ser feita em jornal de grande circulação editado em município vizinho ao da empresa. A decisão ocorreu no julgamento de um recurso especial interposto pelo estado do Rio Grande do Sul contra acórdão do tribunal de justiça local, que havia determinado a publicação dos atos sujeitos à publicidade obrigatória em jornal editado no mesmo município da companhia.

Na ação inicial, a Gráfica Editora Vale do Gravataí Ltda., editora do jornal diário Correio de Gravataí, pediu que a junta comercial do estado fosse impedida de arquivar alterações estatutárias, atas de reuniões e demais documentos das companhias com sede em Gravataí, Cachoeirinha e Glorinha que não tivessem sido publicados em seu periódico, sob pena de multa diária.

Também foi pedida a declaração do direito de publicação dos atos empresariais citados e da

especialmente que se trate de jornal editado na localidade onde tem sede a sociedade. Quanto às demais publicações a serem ordenadas pela CVM, estas também, de acordo com o que determinar a CVM, poderão ser promovidas por outros meios, que não o jornal, que sejam capazes de disseminar a informação. Não havendo jornal local, a publicação poderá ser feita em qualquer outro que, embora de diverso município, circule amplamente no local. (...) (TAVARES BORBA, José Edwaldo – Direito Societário – 12ª Edição – pg. 536 – Ed. Renovar).

obrigação de a junta comercial não efetuar o registro desses atos não publicados no Correio de Gravataí ou em outro jornal de grande circulação que venha a surgir em qualquer dos três municípios.⁶⁰

g) A Comissão de Valores Mobiliários poderá determinar que as publicações legais sejam feitas, também, em jornal de grande circulação nas localidades em que os valores mobiliários da companhia sejam negociados em bolsa ou em mercado de balcão, ou disseminadas por algum outro meio que assegure sua ampla divulgação e imediato acesso às informações.

h) Todas as publicações ordenadas na Lei nº 6.404/76 deverão ser arquivadas no registro do comércio.

i) em relação à publicação dos atos concernentes ao processo de liquidação das sociedades seguradoras: Artigo 89 Decreto nº 60459/67: As publicações obrigatórias por força do disposto neste Capítulo serão feitas em jornal oficial e em outro de grande circulação na sede da Sociedade. Parágrafo único. No Distrito Federal, o jornal oficial será o da União e nos Estados e territórios o que publicar o expediente dos respectivos Governos.”

⁶⁰ Publicado pelo Superior Tribunal de Justiça no sítio eletrônico: <https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/2868820/atos-societarios-podem-ser-publicados-em-jornal-editado-no-municipio-vizinho-ao-da-empresa>



3. Escolha do Jornal de Grande Circulação nas Sociedades Anônimas

No âmbito da publicação legal feita em jornal de grande circulação, é importante registrar a autonomia dos administradores para escolherem o diário a ser utilizado⁶¹:

Registre-se que, em relação às sociedades anônimas, as publicações deverão ocorrer, em regra, no mesmo jornal. Qualquer alteração quanto ao jornal em que usualmente ocorrem as publicações deverá ser precedida de aviso constante da ata da Assembleia Geral⁶².

Ademais, a Comissão de Valores Mobiliários –CVM, ao dispor sobre a área de abrangência geográfica da circulação dos jornais em que são

⁶¹ “Cabe à administração da sociedade escolher o jornal, sempre tendo em vista o espírito da lei e as circunstâncias concretas de cada caso. Como é natural, especial preocupação deve haver quanto à publicação pela imprensa dos atos das companhias abertas. Nesse sentido, diz o § 1.º do art. 289, a CVM poderá determinar que as publicações ordenadas pela lei sejam feitas também em jornal de grande circulação, editado nas localidades em que os valores mobiliários da companhia sejam negociados em bolsa ou em mercado de balcão. Cuida-se, aqui de publicação suplementar àquelas previstas no caput do artigo.

Se, no lugar em que estiver situada a sede da companhia, não for editado jornal, a publicação se fará em órgão de grande circulação local (art.289, § 2.º). É preciso não confundir a expressão que o legislador utilizou nesse §2.º (órgão de grande circulação local) com a que vem no caput do artigo (jornal de grande circulação editado na localidade em que está situada a sede da companhia). Evidentemente, determinado órgão de imprensa poderá ter grande circulação no lugar em que estiver situada a sede da companhia, sem necessariamente ser editado nessa localidade (Teixeira, Egberto Lacerda e Tavares Guerreiro, José Alexandre, 1919 – Das sociedades anônimas no direito brasileiro. São Paulo: Bushatsky, 1979. Páginas:814 e 815).

⁶² “A fim de propiciar ao acionista um acompanhamento mais fácil das publicações da sociedade, impediu o legislador a mudança de jornal, a não ser mediante prévio aviso constante de ata de AGO. Esse aviso, que será divulgado pelo mesmo periódico em que vinham sendo veiculadas as matérias da sociedade, indicará o novo veículo adotado. (...) (TAVARES BORBA, José Edwaldo – Direito Societário – 12ª Edição – pg. 536 – Ed. Renovar).

efetivadas as publicações dos atos societários, refere-se ao MUNICÍPIO em que se localiza a sede da empresa⁶³.

4. Publicações Legais nas Sociedades Limitadas

Ainda, deve ser observado que as referidas publicações abrangem, também, as sociedades do tipo limitada, conforme análise da Lei nº 11.638, de 28 dezembro de 2007, que estende às sociedades grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras.

A dúvida recai sobre o artigo 3º da aludida Lei, que aplica às sociedades de grande porte, ainda que não constituídas sob a forma de sociedades por ações, as disposições da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, sobre escrituração e elaboração de demonstrações financeiras e a obrigatoriedade de auditoria independente por auditor registrado na Comissão de Valores Mobiliários.

Em outras palavras, trata-se da obrigatoriedade ou não das sociedades do tipo limitada, que tiverem no exercício social anterior, ativo total superior a R\$240.000.000,00 (duzentos e quarenta milhões de reais) ou receita bruta

⁶³ “A CVM, através de Instrução nº 207, de 1º.02.94, ampliou, com base no art. 289, §1º, no que tange às companhias abertas, as exigências de publicidade, determinando que esta também se fizesse: a) se houver negociação de valores mobiliários em bolsa de valores, em jornal do município, se diferente do da sede, em que tenha havido, nos dois últimos exercícios sociais, maior volume de negociação; b) se as ações estiverem apenas no mercado de balcão, em jornal do município da capital do estado onde se situar a sede da companhia, se o município da capital for diferente do da sede (TAVARES BORBA, José Edwaldo – Direito Societário – 12ª Edição – pg. 537 – Ed. Renovar).

anual superior a R\$ 300.000.000,00 (trezentos milhões de reais), efetuarem as publicações legais.

Via de regra, o tipo societário das limitadas, segundo as regras do Código Civil, estaria isento desta obrigatoriedade; contudo, diante da publicação da nova legislação, meu ponto de vista passa a ser o seguinte:

Em primeiro lugar, vejamos a função social das publicações legais e os princípios jurídicos que as instituem, conforme os preceitos impostos pela Constituição Federal e pelo Código Civil de 2002.

As publicações se prestam para dar garantia a terceiros e para impedir fraudes nos negócios empresarias – motivo pelo qual a lei estabeleceu o regime da publicidade.

Os princípios constitucionais que guarnecem este regime se pautam no fato de estarem dirigidos a todos os cidadãos, independentemente de raça, credo ou convicção político-filosófica, com a finalidade de *fornecimento de subsídios para a formação de convicções* relativas aos assuntos tratados.

A legislação e a doutrina, há muito, indicam que o meio de tornar acessível os *subsídios para a formação de convicções* ocorre pela divulgação daquilo que deve ser conhecido por órgão que circule no local.

Quer dizer, é a condição de exposição ao público da coisa ou do fato, que se pretende realizar, para que se faça sem qualquer ocultação aos olhares do público, isto é, das pessoas pertencentes à coletividade – a publicação

busca tornar o assunto conhecido para que todos possam saber a que se refere.

Em termos de negócios empresariais, as publicações buscam dar garantia e impedir fraudes a terceiros, objetivando a total transparência na entabulação de contratos e demais operações necessárias para vida econômico-financeira.

A aludida transparência se evidencia no sistema jurídico pátrio nas hipóteses elencadas tanto no Código Civil de 2002, quanto na Lei das Sociedades Anônimas. Tais preceitos legais se fundamentam em função de que é direito essencial dos sócios (entenda-se quotistas ou acionistas), tomar parte nas deliberações sociais quando se fizer necessário.

É importante que se diga, neste diapasão, que os casos de pura administração competem aos administradores, mas as deliberações que envolvem interesse da sociedade requerem o pronunciamento dos sócios. Nesses casos, por exemplo, serão convocados pelos meios oficiais de publicidade.

Não é de hoje que a lei estabeleceu o regime da publicidade nos negócios empresariais, J. X. Carvalho de Mendonça, em sua clássica obra TRATADO DO DIREITO COMMERCIAL BRASILEIRO, já dispunha sobre o tema, assim vejamos:

“A publicação pela imprensa é determinada por quasi todos os códigos que estabelecem o registro

do commercio. Na allemanha, as inscripção somente pode ser opposta a terceiros, depois da publicação da Feuille officielle suisse du commerce (art. 862 do Cód. Federal), donde constam todas as incrispções dos registros do commercio da federação suissa, gozando um dos papeis mais importantes na vida commercial do paiz”⁶⁴

Nesta vertente, transcreve-se a posição do Catedrático Waldemar Martins Ferreira:

“As actas das assembléais podem, mesmo, ser lavradas em folha soltas, comtanto que, assignadas por todos os accionistas presentes, sejam devidamente archivadas no registro do commercio e devidamente publicadas no jornal oficial. O registro e a publicidade as authenticam”⁶⁵.

Tal exigência da publicidade tem guarida em épocas mais antigas, como pode ser observado na clássica obra de Waldemar Ferreira citando TROPLONG, *Le Droit Civil Expliqué. Du Contrat de Société Civile et Commerciale* (Paris, 1843), Vol. I, pág. 215, n.º 215.

⁶⁴ CARVALHO DE MENDONÇA, J. X. *Tratado de Direito Commercial Brasileiro*. São Paulo: Livraria Editora Freitas Bastos. 1937, V. I, p.349.

⁶⁵ FERREIRA, Waldemar Martins. *Questões de Direito Comercial (Pareceres)*. Primeira série. 1929, São Paulo. Typographia Siqueira Salles Oliveira, Rocha & C. Página: 269.

“Tinha-se, quando constituída por escrito, o costume de registrá-lo, disse-o TROPOLONG a fim de dar-lhe data certa. Assim era em Marselha. O uso mais não exigia, salvo quando contivesse o contrato cláusula extraordinária, que interessasse a terceiros. Sobrepairava. Nesse caso, o cuidado de imprimirlhes suficiente publicidade, sem a qual o pacto não valia contra eles. Ligaram os jurisconsultos esse uso a fontes romanas; e não, em verdade, sem alguma procedência.”⁶⁶”

No mesmo livro de Waldemar Ferreira temos a passagem onde se demonstra que na Idade Média o registro das sociedades era dado por meio de cartazes afixados nas vias.

“Texto de ULPIANO – O do § 3, do fr.11, do tit. III, De institoria actione, do liv. XIV, do Digesto – cuidou, efetivamente, da publicidade mercantil. Proscribere palam sic accipimus, claris literis, unde de plano recte legi possit, ante tabernam scilicet vel ante eum, locum, in quo negotiatio exercetur, non in loco remoto, sed in evidenti. Literis, utrum graecis, na

⁶⁶ WALDEMAR FERREIRA. Tratado de sociedades mercantis. Volume primeiro. 5ª ed. Revista e aumentada. Rio de Janeiro 1958. Editora Nacional de Direitos LTDA. Páginas: 176 e 178.

latinis? Puto secundum loci conditionem: ne quis causari possit ignorantiam literarum: certe si quis dicat, ignorasse se literas vel non observasse, quod propositum erat, cum multi legerent, cumque palam esset propositum, non, audietur.

O texto documenta o uso da publicidade por via de cartazes afixados às portas das tabernas ou casas de negócio, em grego, ou em latim, segundo as condições locasi. A leitura por muitos vedava a alegação da ignorância do anúncio.

Instituiu-se, porém, na Idade Média, o registro das sociedades mercantis perante as corporações. A necessidade, mais que o instinto de imitar, criou tal prática que se tornou potente no comercio moderno.⁶⁷

Outro exemplo que me ocorre é que nos dias de hoje, o Código Civil de 2002, em seus artigos 1052 e 1053, dá conta da regularidade das publicações determinadas em lei, como forma de preservar e manter a divulgação daquilo que deve ser conhecido.

⁶⁷ WALDEMAR FERREIRA. Tratado de sociedades mercantis. Volume primeiro. 5ª ed. Revista e aumentada. Rio de Janeiro 1958. Editora Nacional de Direitos LTDA. Páginas: 176 e 178.

Aliás, o artigo 1.152 do Código Civil de 2002 atende ao preceito contido no artigo 37 da Constituição Federal de 1988, que trata do princípio da publicidade⁶⁸.

Ora, para que este princípio seja atendido, as publicações serão efetuadas no Diário Oficial do Estado, conforme o local da sede do empresário ou da sociedade empresária, e em jornal de grande circulação - as publicações visam evitar prejuízos aos sócios (quotistas ou acionistas) e a terceiros interessados.

Aqui, tenho de mencionar a posição contida em minha obra sobre direito comercial, onde, em tese, demonstro que as publicações devem ocorrer somente no Diário Oficial do Estado e em um jornal de grande circulação, de acordo com o mencionado abaixo:

“Esclarece-se que as publicações devem ser feitas, obrigatoriamente, no Diário Oficial do Estado e não no Diário Oficial da União, e também em um outro jornal de grande circulação, editado na localidade em que está situada a sede da companhia.”⁶⁹

⁶⁸ CARVALHOSA, Modesto. **Comentários ao Código Civil**. São Paulo: Saraiva. 2003. volume 13. p. 683.

⁶⁹ ROVAI, Armando Luiz. **Atualidades do Direito Empresarial Brasileiro**. Belo Horizonte. D'Plácido. 2019

Sobre isso, é importante que se verifique que os meios de divulgação devem pertencer à localidade que se opera empresarialmente a sede da sociedade, pois, do contrário, o intuito da publicação – *dar subsídios para a formação de convicções e tornar o assunto conhecido para que todos possam saber a que se refere* – perder-se-ia na gigantesca quantidade de periódicos e meios de comunicações existentes; oficiais ou não. Percebe-se, assim, que a publicação de um ato empresarial, seja uma convocação, um balanço ou qualquer outro ato necessário à vida societária, efetuada através de um meio de comunicação não apropriado, ou seja, sem a preocupação da leitura e consequente ciência dos interessados do teor das publicações, inviabiliza o próprio princípio da publicidade.

Quanto a redação dada ao artigo art. 3º lei nº 11.638, de 28 dezembro de 2007, **é evidente que o legislador buscou obrigar que as sociedades limitadas, desde que enquadradas no montante contábil estipulado, tivessem o mesmo tratamento das sociedades anônimas, ou seja, efetuassem** elaboração e divulgação das demonstrações financeiras.

Com o devido respeito às opiniões contrárias, porém, não vislumbrar a evidente obrigatoriedade de divulgar suas demonstrações financeiras, seria o mesmo que incentivar o sigilo das operações societárias que interessam demasiadamente aos sócios (quotistas ou acionistas) ou a terceiros interessados – credores ou não.



Ademais, entendo que além da mencionada obrigatoriedade que recai às sociedades do tipo limitada, que tiverem no exercício social anterior, ativo total superior a R\$240.000.000,00 (duzentos e quarenta milhões de reais) ou receita bruta anual superior a R\$ 300.000.000,00 (trezentos milhões de reais), também, caberia ao Estado proceder a devida fiscalização da regularidade das publicações legais.

Neste sentido, o Código Civil de 2002, em seus artigos 1052 e 1053, estendeu às Juntas Comerciais a fiscalização da observância das prescrições legais concernentes ao ato ou aos documentos necessários à regularidade empresarial. Especificamente, se dá ênfase à fiscalização da regularidade das publicações determinadas em lei (art. 1.152), como forma de preservar e manter a divulgação daquilo que deve ser conhecido.

As Juntas Comerciais são reguladas pela Lei 8.934 de 18/11/1994, pelo Decreto 1.800/1996 e, mais recentemente pelas normas inseridas no Código Civil de 2002. Seus serviços serão exercidos em todo território nacional pelo Sistema Nacional de Registro de Empresas Mercantis (SINREM) composto pelo Departamento Nacional de Registro de Comércio, como órgão central, com funções de supervisão, orientação, coordenação e normativa em um plano técnico e, em um plano administrativo; no âmbito estadual, às Juntas Comerciais, como órgãos regionais com funções executivas e administrativas com a finalidade de: a) dar garantia, publicidade, autenticidade, segurança e eficácia aos atos jurídicos das empresas mercantis, sujeitos a registro; b)

cadastrar as empresas nacionais e estrangeiras em funcionamento no País, e manter atualizadas as informações relacionadas; c) proceder às matrículas dos agentes auxiliares do comércio, bem como à sua anulação; d) dar proteção ao nome comercial; e) Fiscalizar a observância das prescrições legais concernentes ao ato ou aos documentos necessários à regularidade empresarial.

Segundo os preceitos jurídicos, o Registro de Empresa sempre teve como sua principal função a aquisição da personalidade jurídica. Todavia é preciso evidenciar que o Registro de Empresa, na era da globalização, não se limita a arquivar documentos societários, anotar dados básicos e emitir certidões subsidiariamente (aqui compreendido a aquisição da personalidade jurídica).

O Registro de Empresa, materializado na execução de seus serviços pelas Juntas Comerciais, passou a ser um "termômetro" das variações econômicas do grupo social onde opera, detectando tendências, isolando novos problemas e sugerindo soluções jurídicas.

Me parece, destarte, bastante tranquilo responder que as sociedades do tipo limitada, que tiverem no exercício social anterior, ativo total superior a R\$240.000.000,00 (duzentos e quarenta milhões de reais) ou receita bruta anual superior a R\$ 300.000.000,00 (trezentos milhões de reais), devem, sem sombra de dúvidas, efetuar as elaborações e divulgações de suas demonstrações financeiras, pois, em caso contrário: a) inviabilizaria a

acessibilidade à *formação das convicções* daquilo que deve ser conhecido, afrontando o princípio constitucional da publicidade; b) seria antagônico ao intuito de dar garantia e impedir fraudes a terceiros nos negócios empresariais;

Por fim, não obstante a obrigatoriedade das aludidas publicações das demonstrações financeiras das sociedades do tipo limitada - que se enquadrarem contabilmente no disposto do artigo 3º da Lei nº11.638, de 28 dezembro de 2007 -, **entendo que os órgãos incumbidos da execução do Registro Público de Empresas - Juntas Comerciais** - devem proceder a fiscalização dos respectivos arquivamentos legais (arquivamento dos jornais onde foram efetuadas as publicações), para todos os fins de Direito.

J

QUINTA SEÇÃO

Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação

- 1. Jornais de Grande Circulação**
- 2. Permanência das Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação**
- 3. Jurisprudência**

QUINTA SEÇÃO: Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação

1. Jornais de Grande Circulação

Os jornais de grande circulação são aqueles que tem capacidade de prestar um serviço de venda de assinaturas e venda em bancas de jornal, da qual o número total de público impactado pela informação seja de magnitude expressiva dentro de determinado território em que seja editado ou distribuído.

A caracterização de um jornal de grande circulação não se dá por critério quantitativo, mas sim distributivo, além de que seu conteúdo deve carregar a confiabilidade do veículo e a democratização da informação.

Os principais pontos para levar em conta são: a) o jornal precisa ser acessível de diferentes formas, off-line e on-line; b) a lei não estabelece uma periodicidade exata da publicação; c) deve ter credibilidade junto ao público e falar com variados perfis de leitor.

Não há uma definição legal para Jornal de Grande Circulação, porém pode-se caracterizá-lo como um veículo que tenha permeabilidade local, seja distribuído e vendido nas bancas de jornais, e/ou conte com serviços de assinatura e tenha uma habitualidade nas suas edições. Apesar da legislação competente não regradar, precisamente, este conceito, a rigor, existem as seguintes fontes doutrinárias que embasam a sua essência:

a) Modesto Carvalhosa: *“Jornal de grande circulação é o que tem serviço de assinaturas e é vendido nas bancas do município em que é editado ou distribuído. Não prevalece, portanto, para caracterizar a grande circulação, qualquer critério quantitativo, mas sim distributivo”*⁷⁰.

b) Mariângela Monezi: *“E por ‘grande circulação’ entende-se o jornal cuja distribuição é feita na localidade em que é editado de forma regular e de fácil acesso aos acionistas”*⁷¹.

c) Egberto Lacerda Teixeira e José Alexandre Tavares Guerreiro: *“De acordo com o texto legal, portanto, esse órgão de imprensa é que deverá estampar as publicações ordenadas pela lei, não havendo jornal local. Por jornal, aqui se deve entender o diário, e não o periódico publicado semanalmente, quinzenalmente, etc. Realmente, não seria possível, nem prático admitir-se, por exemplo, a hipótese de convocação de assembleias gerais, que exigiria mais do que os oito dias previstos em lei, dada a obrigatoriedade de publicação do respectivo edital por três vezes. Inclino-nos, portanto, pela validade das publicações efetuadas em órgão de grande circulação local (ainda que não editado no local da sede), quando, no lugar onde está sediada a companhia, não se edite órgão de imprensa diário.”*⁷²

⁷⁰ Modesto Carvalhosa, Comentários à Lei de Sociedades Anônimas, vol. 4, tomo II, São Paulo: Saraiva, 2003, p. 521.

⁷¹ Obtido no site: in: <http://www.advogado.adv.br/artigos/2004/mariangelamonezi/publicalegais.htm>

⁷² Teixeira, Egberto Lacerda e Tavares Guerreiro, José Alexandre, 1919 – Das sociedades anônimas no direito brasileiro. São Paulo: Bushatsky, 1979. Página: 815.

Na tentativa de delinear o conceito lacunoso contido no artigo 289 da Lei de Sociedade por Ações, transcreve-se pareceres da Comissão de Valores Mobiliários e citações compulsadas da obra do Jurista Alfredo Sérgio Lazzareschi Neto:

a) *“Artigo. 289: nota 1g. Parecer CVM/SJU n. 134/79: “Jornal de grande circulação, para a Lei de sociedade por Ações, aquele que permite ao maior número possível de acionistas acesso, pleno e sem maiores esforços, conhecimento dos atos da vida societária, como também venha a atender às necessidades de informação acerca da companhia de terceiros que com ela se relacionam.”*

b) *Vide também Parecer CVM/SJU n. 121/78: “Os órgãos da imprensa hebdomadária não atendem ao dispositivo no caput do art. 289 da Lei n.6.404. Aplica-se, no caso de não ser editado, na localidade da sede da companhia, jornal de circulação diária, o disposto no § 2º do citado artigo”.*

c) *Artigo. 289: nota 1h. Parecer CVM/SJU n. 016/94: “Jornal de ‘grande circulação’ para os fins de lei societária. Possibilidade legal da utilização de imprensa especializada. Requisitos e condições”.*

d) *Vide também “Conceito de publicações na nova lei de sociedade anônimas”, Benedito Garcia Hilário (RDM27/153).*

e) Artigo 289: nota li. “A publicidade legal é a forma, concebida em lei, de comunicação presuntiva de fatos, de caráter não receptício, isto é, as incertam personam, ao público em geral. Uma vez efetuada essa publicidade, os fatos comunicados produzem efeitos em geral. Uma vez efetuada essa publicidade, os fatos comunicados produzem efeitos em relação a todos os terceiros, ou seja, à universalidade dos que não sejam partes na relação obrigacional” (Luiz Gastão Paes de Barros Leães, Pareceres, ed.Singular,v.I,p.126).⁷³”

Na busca pela conceituação temos de nos pautar, também, em algumas posições adotadas pelos tribunais pátrios, como no caso o tribunal de contas de Santa Catarina, no processo nº239/37MAR/1997: *“Diário de grande circulação, empregada no texto da lei ora em comento, como aquele periódico que tem ampla circulação no território do estado, ou seja, um periódico bastante aceito e consumido pela população, em se tratando do estado, que atinja quase todos os municípios, senão todos. O mesmo sentido deve ser dado com relação ao município, o jornal local deverá atingir a quase todas as classes e faixas da população. A Administração não poderá aceitar contratar com jornais que atinjam apenas uma categoria de profissionais, ou apenas uma facção da sociedade (...)Para identificar o ‘jornal de grande circulação’, a*

⁷³ LAZZARESCHI NETO, Alfredo Sérgio. Lei das sociedades por ações anotada. 5.ed.rev., anual. E ampl. – São Paulo: Societatis Edições (Bok2),2017. Páginas: 1242 e 1243.

Administração poderá, também, recorrer ao Instituto Aferidor da Circulação”.

Ratificando a ideia de que não há uma elucidação específica o Superior Tribunal de Justiça no Recurso Especial nº41.969, o então Ministro, Menezes Direito, em seu voto expôs o que segue: *“A questão da grande circulação é uma matéria muito controvertida. Já a enfrentei e o Senhor Ministro Waldemar Zveiter há de ter tido os mesmos problemas no Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. É muito difícil fazer essa consideração de jornal de grande ou de pequena circulação, porque são vários os fatores que devem ser considerados. Não é a frequência da circulação, não é a quantidade da circulação. Há jornais que têm uma destinação específica de publicação de editais, que têm uma pequena circulação, mas, uma circulação dirigida, e essa circulação dirigida, muitas vezes, e, frequentemente isso ocorre, a meu juízo, substitui o conceito de grande circulação para aquele caso concreto”.*

Na mesma linha de que não há uma delimitação de quais veículos podem ser considerados jornais de grande circulação, pontua-se, neste aspecto a brilhante manifestação do Ministério Público do Estado do Espírito Santo, que se manifestou da seguinte maneira: *“Cumprе ressaltar que jornal de grande circulação não pode ser entendido como sinônimo de “maior circulação” no caso de existir mais de um jornal de grande circulação em uma mesma*

localidade. Ou seja, não pode haver a monopolização e concentração de todas as publicações em somente um jornal por ser o de maior circulação.⁷⁴

Assim, podemos entender Jornal de Grande Circulação como um periódico que seja publicado com habitualidade, regularidade, tenha permeabilidade local, seja acessível a todos, bem como nos dias de hoje, esteja disponível em meio físico ou digital.

Esclarece-se, salvo melhor juízo, que, a rigor, não se pode definir Jornal de Grande Circulação pela sua tiragem, uma vez que isto poderia levar a um monopólio de um só veículo de comunicação. Ademais, quando a divulgação deste periódico ocorre nas bancas de jornais, assinaturas e também nos portais na internet não é possível mensurar sua tiragem, podendo-se dizer que se trata de um conceito defasado correlacionar a grande circulação ao seu número de tiragens.

Reitera-se, o termo “jornal de grande circulação” não é sinônimo de permeabilidade nacional. A “grande circulação” deve ocorrer junto ao local da sede da sociedade. Assim sendo, o que é vedado é a publicação em jornal cuja tiragem seja extremamente limitada, a ponto de não ser capaz de disseminar a informação;

Aqui, vale colacionar, novamente, que o referido diploma legal não traz uma definição concreta, trazendo apenas elementos a serem cumpridos, como

⁷⁴ Disponível em: <https://www.mpes.mp.br/Arquivos/Anexos/94c65a7a-2a59-4d2b-b52c-e90893d89233.pdf>

um correio que atinja as pessoas interessadas e a habitualidade das publicações neste meio⁷⁵.

2. Permanência das Publicações Legais em Jornais de Grande Circulação

Perante o universo da defesa da imprensa escrita e das publicações legais no direito societário, há uma exigência premente da permanência da publicidade legal consubstanciada na dupla publicação: diário oficial e jornal de grande circulação.

Impõe-se reconhecer, neste contexto, que o jornal de grande circulação é a ferramenta encontrada pelo direito para tornar efetiva a publicidade de determinados atos societários, viabilizando a ampla divulgação dos atos sociais e o imediato acesso às informações nele contidas.

⁷⁵ **“Diário Oficial e Jornal de Grande Circulação** – o artigo 98 da lei requer a publicação dos atos constitutivos apenas no órgão oficial do local de sua sede, mas o artigo 289 dispõe que “as publicações ordenadas pela presente lei serão feitas no órgão oficial da União ou do Estado ou do Distrito Federal, conforme o lugar que esteja situada a sede da companhia, e em outro jornal de grande circulação editado na, localidade em que está situada a sede da companhia. Se no lugar em que estiver situada a sede da companhia não for editado jornal, a publicação se fará em órgão de grande circulação local (art.289, §2º). A lei admite que a CVM possa determinar que as publicações sejam feitas, também em jornal de grande circulação nas localidade em que os valores mobiliários da companhia sejam negociados em bolsa u mercado de balcão, ou disseminadas por algum outro meio que assegure sua ampla revogação e imediato acesso a informações (art. 289,§1º); **Publicação no Mesmo Jornal** – A companhia deve fazer as publicações previstas na lei sempre no mesmo jornal, e qualquer mudança deverá ser precedida de aviso aos acionistas no extrato da ata de Assembleia Geral Ordinária (art. 289, §3º.). Essa norma visa a evitar manobras para dificultar o conhecimento por parte de acionistas e terceiros de um ato sujeito a publicação. A publicação no mesmo jornal permite que os interessados tomem ciência dos atos da companhia através da leitura constante de um único jornal, e a publicação em jornal diferente, sem aviso prévio, aumenta o número de acionistas que não tomam conhecimento das publicações (Direito das Companhias / coordenação Alfredo Lamy Filho, José Luiz Bulhões Pedreira – 2. Ed., atual. E ref. – Rio de Janeiro. Forense, 2017).

Entende-se por publicidade legal a publicação de editais, avisos, atas, balanços, relatórios e outros comunicados que as sociedades (anônimas e limitadas) estejam obrigadas a divulgar por força de lei.

O primeiro argumento na permanência das publicações legais dos atos societários em jornais de grande circulação é a **obrigatoriedade prevista na lei 6404/76**.

A lei das sociedades anônimas quando prescreve a publicidade legal designa a autoridade e a influência da lei sobre a sociedade. Com efeito, em nome da segurança jurídica, a obediência e/ou conformidade com a lei representa moralidade da ação⁷⁶.

A força obrigatória da lei das sociedades anônimas ao exigir as publicações em jornais impressos reflete o acatamento⁷⁷ a uma estrutura normativa posta, vigente e positiva construindo uma ordem societária.

A lei ao disciplinar a publicação dos atos societários, cria uma ordem, a qual deve ser respeitada por todos. Por meio do comando legal, os agentes econômicos tem parâmetros de como agir na vida societária⁷⁸. Neste sentido acentua Carl Schmitt, *“As leis não regem, elas vigem apenas como normas.*

Domínio e puro poder simplesmente deixam de existir por completo. Quem

⁷⁶ “A conformidade ou não conformidade pura e simples de uma ação com a lei, sem ter em conta seus motivos, chama-se legalidade ou ilegalidade. Porém, essa conformidade, na qual a ideia do dever deduzida da lei é ao mesmo tempo móvel da ação é a moralidade da ação” (KANT, Emmanuel. Doutrina do Direito. São Paulo: Ícone, 2005).

⁷⁷ “Toda pessoa tem o dever de obedecer à Lei e aos demais mandamentos legítimos das autoridades do país onde se encontrar” (Declaração Americana dos Direitos e Deveres dos Homens de 1948).

⁷⁸ “(...) consegue o homem diminuir, de muito, o arbítrio da vida social, ao desordem dos interesses, o tumultuário dos movimentos humanos à cata do que deseja, ou do que lhe satisfaz algum apetite” (MIRANDA, Pontes de. Tratado de direito privado, T. VII. São Paulo: RT, 2012).

exerce poder e domínio, age 'com base em uma lei' ou 'em nome da lei'. Apenas faz valer, com legitimidade, uma norma vigente”⁷⁹.

Outro argumento favorável à permanência das publicações em jornais de grande circulação é a segurança jurídica, pois representa um anseio ou necessidade de viver em uma sociedade organizada e com proteção jurídica contra perigos, riscos ou contingências do tempo, do espaço e do convívio social⁸⁰.

Com a publicação nos jornais de grande publicação há a garantia de um mínimo de certeza e estabilidade nos atos societários e nas expectativas juridicamente criadas a que está inerente uma ideia de proteção da confiança⁸¹. O homem necessita de segurança para conduzir, planificar e conformar autônoma e responsabilmente sua vida; o indivíduo tem o direito de poder confiar em que aos seus atos ou às decisões incidentes sobre os seus direitos, posições ou relações jurídicas alicerçadas em normas jurídicas vigentes e

⁷⁹ O SCHMITT, Carl. Legalidade e legitimidade. Trad. por Tito Lívio Cruz Romão. Belo Horizonte: Del Rey, 2007

⁸⁰ “a segurança e a liberdade são elementos essenciais, logo, ontológicos da relação de cuidado-de-perigo que estrutura todo o comportamento humano” (COSTA, José Faria da. Poder e Direito Penal. Revista de Legislação e Jurisprudência. n. 3942. Ano 136º. Janeiro/Fevereiro de 2007. p. 154); CINTRA. Marcos. Segurança Jurídica e os Tributos. In Segurança Jurídica no Brasil/organizador Marco Túlio Bottino. São Paulo: RG Editores, 2012; SILVA. José Afonso da. Democracia. segurança e garantismo. Notícia do Direito Brasileiro. Brasília. n.7. p. 163-174.2000; La seguridad es, sobre todo y antes que nada, una radical necesidad antropológica humana y el “saber a que atenerse” es el elemento constitutivo de la aspiración individual y social a la seguridad; raíz común de sus distintas manifestaciones en la vida y fundamento de su razón de ser como valor jurídico (LUÑO, Antônio Enrique Perez).

⁸¹ “A segurança jurídica é o mínimo de previsibilidade necessária que o estado de Direito deve oferecer a todo cidadão, a respeito de quais são as normas de convivência que ele deve observar e com base nas quais pode travar relações jurídicas válidas e eficazes.” (NICOLAU JUNIOR, MAURO, Segurança jurídica e certeza do direito: realidade ou utopia num Estado Democrático de Direito? in www.jurid.com.br, disponível em 10/03/05, acesso em 29/03/12, p.21); Acórdão nº 401/2014 do Tribunal Constitucional de Lisboa.

válidas se ligam os efeitos jurídicos previstos e prescritos por essas mesmas normas⁸².

A satisfação da necessidade social de segurança⁸³, através da compreensão, da certeza das coisas e da realidade⁸⁴, bem público⁸⁵, é uma tarefa que deve ser cumprida, e que depende de meios que visem prover previsibilidade na vida social e planejamento em relação ao futuro, de forma a garantir o exercício da cidadania.

Num primeiro momento a segurança surge como necessidade de agrupamento social. Mas quando a necessidade passa a ser de organização na convivência entre os membros da sociedade, surge a noção da segurança jurídica. A organização pode ser vista no plano político, quando verificamos a questão do Poder/Estado dentro de uma sociedade, e no plano jurídico, quando nos deparamos com a existência do Direito com normas legais trazendo comandos para a ordem social⁸⁶.

⁸² CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Direito Constitucional. Portugal: Almedina, 2000.

⁸³ “Num Estado de direito democrático, sem um sentimento geral e profundo de segurança, não são praticáveis as mais elementares facetas da liberdade” (LOUREIRO, Manuel Dias. A política de segurança interna. Lisboa: Ministério da Administração Interna, 1995).

⁸⁴ “A segurança ontológica se refere à crença que a maioria das pessoas têm na continuidade de sua auto-identidade e na constância dos ambientes de ação social e material circundantes” (BECK, Ulrich, GIDDENS, Anthony e LASH, Scott. Modernidade reflexiva: trabalho e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1997)

⁸⁵ TEIXEIRA, Nuno Severiano. Contributos para a política de segurança interna: Setembro de 2000 a Março de 2002. Lisboa: Ministério da Administração Interna, 2002.

⁸⁶ “A segurança é a razão do Direito” (CAVALCANTI FILHO, Theophilo. O Problema da Segurança no Direito. São Paulo: RT, 1964); “O objetivo do Direito é a paz” (IHERING, Rudolf Von. A luta pelo Direito. Tradução Pietro Nasseti. 2. ed. São Paulo: Martin Claret, 2008). “O direito é, portanto, uma ferramenta que fornece as condições necessárias para vida interativa em sociedade e para realização de valores morais inquestionáveis como a liberdade e a justiça” (SUMMERS, Robert S. Lon Fuller. Stanford: Stanford University Press, 1984); 22 “O Direito tem dupla vocação: a de proporcionar segurança a uma sociedade e a de fazer imperar a justiça em suas relações. Como se pode observar, se,

Outra coordenada à favor da manutenção das publicações legais nos jornais de grande circulação é a **função social da empresa**. Este vetor consubstancia-se, desde logo, na importância social dos jornais de grande circulação ao gerar empregos, tributos e riquezas, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade. Uma visão essencial mostra-nos que a obrigatoriedade dessas publicações promove a preservação dos jornais, sua função social e o estímulo à atividade econômica.

Em contribuição à tese da manutenção da publicidade legal societária nos jornais de grande circulação surge a **publicidade material** que consagra uma ampliação na publicidade formal. Enquanto na publicidade formal a função é assegurar a divulgação dos atos e o acesso às informações nele contidas; na publicidade material, a ideia é ampliar a divulgação, de forma a não eliminar o restringir uso de veículos que permitam as publicações, e outrossim, ampliar o acesso às informações, respeitados os limites do sigilo da segurança nacional e defesa da intimidade. A ampliação na compreensão da publicidade é justificada pelos seguintes fatores:

por um lado, o anseio de justiça é profundo e tem movido toda a evolução do Direito, é certo que, desde as sociedades primitivas, a necessidade de segurança, que nos vem do próprio instinto, tem precedência lógica e cronológica, pois sem ela nenhuma ordem poderia sequer existir.” (NETO, Diogo de Figueiredo Moreira. *Mutações do direito público*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006); “Segurança na teoria jurídica significa garantia, proteção, estabilidade de situação ou pessoa em vários campos” (Silva. José Afonso da. *Democracia. segurança e garantismo*. *Notícia do Direito Brasileiro*. Brasília. n.7. p. 163-174.2000); “...segurança não é imutabilidade, pois esta é própria da morte. A vida, esta, rege-se pelo movimento, que é próprio de tudo que vive. A sociedade, como o direito que nela e para ela se cria, é móvel. O que se busca é a segurança do movimento.” (ROCHA, Carmen Lúcia Antunes. *O princípio da coisa julgada e o vício da inconstitucionalidade*. In *Constituição e Segurança Jurídica: direito adquirido, ato jurídico perfeito e coisa julgada*. Belo Horizonte: Fórum, 2004).

a) superação do modelo positivista do Estado de Direito⁸⁷ para, sob o influxo da justiça na ordem jurídico-positiva, reconhecer a insuficiência ao critério formalista no agir negocial, para o surgimento de referenciais que prestigiam os direitos fundamentais, postos, assim, como fundamentos numa qualidade de agir. Com a conquista do Estado de Direito Material, dá-se a irradiação de valores materiais e axiológicos nas relações humanas, como representação que certa comunidade faz da sua ordenação e do seu destino à luz dos princípios jurídicos⁸⁸.

Os valores constitucionalizados são critérios jurídicos construídos pela vontade popular na dinâmica da vida, compatível com os reclamos de uma justiça voltada à proteção jurídica dos direitos do homem, encontrada na prática da boa governança, e representativa da efetividade jurídica.

b) A constitucionalização do direito societário contribui com a afirmação de um agir societário de qualidade caracterizado por empregar e espelhar a supremacia dos direitos fundamentais e a uma ética responsável e legítima.

c) A valorização da ideia substantiva de democracia decorre a crise do modelo representativo que permitiu um aumento considerável da

⁸⁷ É uma expressão que foi utilizada pela primeira vez por Robert Von Mohl nos anos 30 do século XIX. Trata-se de uma construção linguística alemã (BÖCKENFÖRDE, Ernest Wolfgang, *Estudios sobre el Estado de Derecho y la Democracia*, Madrid: Trota, 2000, pg. 20; BILLIER, Jean-Cassien; MARYOLI, Aglaé. *História da Filosofia do Direito*. Tradução de Maurício de Andrade. São Paulo: Manole, 2005, p. 248.

⁸⁸ ANDRADE, José Carlos Vieira. *Os Direitos Fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976*. Coimbra: Editora Almedia, 1983, p. 56.

participação popular na vida estatal. Neste cenário, a teoria democrática desenvolve fundamentos que contribuem para aumentar a transparência nas atividades societárias. Neste desenvolvimento ressurgem o questionamento acerca da legitimidade dos regimes democráticos pela aproximação cada vez maior da realidade das sociedades empresárias com a sociedade civil, com a criação de ambiente consensual e dialógico de interação e proteção da dignidade da pessoa humana.

Na perspectiva política, a mudança de significado no princípio da publicidade decorre, outrossim, no contexto de uma sociedade de informação, da democracia comunicativa e da publicidade crítica, pois com a disseminação de informações públicas relevantes e compreensíveis, cria-se uma autodeterminação informativa, em que os indivíduos tornam-se mais conscientes de seus direitos e deveres, ganhando preparação cívica para debate público, com reivindicação de maior participação no funcionamento estatal e eficiência no atendimento de suas necessidades. Ainda no viés político de fundamentação no entendimento da publicidade, é fator contributivo a expansão da democracia (democratização da democracia) ultrapassando a esfera política, e ingressando na esfera societária.

3. Jurisprudência

Sedimentando a importância das publicações oficiais serem realizadas nos Jornais de Grande Circulação e no Diário Oficial podemos citar alguns julgados intrínsecos ao tema:

“ADMINISTRATIVO. REGISTRO DE COMERCIO. DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS. PUBLICAÇÕES LEGAIS. LEI N. 6.404/76 (ARTS. 98 E 289). LEI 9.457/97.1. A PUBLICIDADE LEGAL DE ATOS DAS SOCIEDADES NO REGISTRO DO COMERCIO E CONCRETIZADA COM PUBLICAÇÕES NO DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO OU DO ESTADO "EM QUE ESTEJA SITUADA A SEDE DA COMPANHIA" E EM OU OUTRO JORNAL DE GRANDE CIRCULAÇÃO (ART. 289, LEIS 6.404/76 E 9.457/97). SINGULARIZADO, UM 'OU' OUTRO JORNAL, A ALTERNATIVA INDICADA PONTUALMENTE QUE, PRESENTE O INTERESSE DA UNIÃO E DAS COMPANHIAS SEDIADAS NO DISTRITO FEDERAL, AS PUBLICAÇÕES SERÃO FEITAS NO DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO OU DO DISTRITO FEDERAL. AS PUBLICAÇÕES DE OUTRAS COMPANHIAS SERÃO CONCRETIZADAS NO DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO ONDE ESTEJA SITUADA A RESPECTIVA SEDE. SEGUEM-SE, EM COMUM, AS PUBLICAÇÕES EM OUTRO JORNAL DE GRANDE CIRCULAÇÃO. 2. DESFIGURADO O DIREITO LÍQUIDO E CERTO E INDEMONSTRADA CONTRARIEDADE OU NEGATIVA DE VIGÊNCIA AO PADRÃO LEGAL INDICADO, O RECURSO NÃO ENTOA AS ALVISSARAS DO SUCESSO. 3. RECURSO IMPROVIDO.

(STJ - REsp: 96610 SP 1996/0033227-4, Relator: Ministro MILTON LUIZ PEREIRA, Data de



*Julgamento: 23/10/1997, T1 - PRIMEIRA TURMA,
Data de Publicação: DJ 15/12/1997 p. 66218)*

Ainda, neste sentido:

HERMENÊUTICA JURÍDICA. SOCIEDADE ANÔNIMA. EXIGÊNCIA DE PUBLICAÇÃO DOS ATOS SOCIETÁRIOS EM JORNAL EDITADO NA LOCALIDADE DA SEDE DA EMPRESA. EXTENSÃO DA EXPRESSÃO "LOCALIDADE". 1.- A Lei das Sociedades Anônimas, ao exigir que a publicação dos atos societários se faça não apenas em diários oficiais, mas também em jornal de grande circulação editado preferencialmente na localidade (art. 289), não se referiu ao mesmo município em que sediada a companhia, mas à região em que localizado esse município. 2.- Matéria que não pode, como posta nos autos, ser julgada diante de acionamento realizado pelo jornal interessado, só podendo, a validade da publicidade do ato, ser questionada pelas partes nele interessadas. 3.- Admite-se, assim, que a publicação se dê em jornal de grande circulação editado em município vizinho. 4.- Recurso Especial provido.

(STJ - REsp: 1042944 RS 2008/0065481-8, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 20/09/2011, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 06/10/2011)

Resta evidente que o posicionamento adotado pelo Superior Tribunal de Justiça é o de garantir o cumprimento da previsão contida na legislação, bem como de garantir a publicidade dos atos societários.

Ressalta-se que a veiculação destas informações na mídia impressa garante segurança jurídica e acesso a informações das sociedade aos seus sócios minoritários.

SEXTA SEÇÃO

CONCLUSÕES

SEXTA SEÇÃO: CONCLUSÕES

Diante do presente estudo, verifica-se que o Jornal Data Mercantil deve ser considerado como um Jornal adequado e correto para realizar as publicações societárias, de acordo com o contido no artigo 289 da Lei das Sociedades por Ações (6.404/76), uma vez que atende a todos os requisitos formais e doutrinários sobre o tema, tendo vasta permeabilidade local, acesso universal, divulgação impressa e digital.

A defesa da imprensa escrita é parte integrante do direito fundamental dos cidadãos de comunicar ou receber informações credíveis, assentada na liberdade positiva de comunicar fatos por meio de jornais impressos. Permite a consagração dos seguintes referenciais que vitalizam a democracia e lhe assinam o grau de eficácia e legitimidade no quadro social das relações de poder: compreensão, credibilidade e debate.

A defesa da imprensa escrita é reforçada pela democratização do processo de comunicação, evidenciada pela garantia efetiva a todos dos meios necessários para expressão de pensamentos e comunicação de informações. A comunicação pela imprensa escrita deve ser disseminada cada vez mais pelas vantagens positivas, promovendo uma maior abertura, proximidade, racionalidade e responsabilidade informacional ao cidadão.

No campo da função social da imprensa escrita da imprensa escrita protege o regime democrático, a dignidade da pessoa humana, livre

desenvolvimento da personalidade, do patrimônio histórico-cultural e do pluralismo na comunicação. A imprensa escrita é o grande palco da história, pois cumprem o papel fundamental no estabelecimento e consolidação de democracias ao possibilitar que as pessoas fiquem conectadas ao mundo que existe à sua volta.

O fator credibilidade aparece como um fator de afirmação do jornal impresso, pois o público que deseja informação de qualidade continua recorrendo as plataformas impressas. E essa informação de qualidade faz parte da necessidade das pessoas de buscarem não apenas conhecer, mas compreender a realidade, construindo justificativas num contexto histórico-espacial, em forma de teorias argumentativas e reflexivas da vida, já que a singularidade humana exsurge da descoberta e vivência dos significados atribuídos ao mundo e organizados de forma articulada.

Defende-se a necessidade da coexistência e complementariedade entre a mídia digital e a mídia tradicional e a revalorização dos jornais impressos no contexto da comunicação digital, partindo do pressuposto de que a mídia digital é insuficiente de per si de selecionar e aprofundar conhecimentos, estabelecer relações, contextualizar e desenvolver os temas de forma explicativa e analítica, para abarcar o sentido da publicidade e o valor da cidadania.

O artigo 289 da lei das S.A, ao mencionar a dupla publicação, traz uma garantia jurídica não apenas para investidor, mas também para a própria coletividade, de obediência às formalidades, que devem ser observadas na

formação da vontade da sociedade empresária. São argumentos que corroboram na tese da das publicações legais dos atos societários em jornais de grande circulação:

a) superioridade da lei: a lei das sociedades anônimas ao disciplinar a publicação dos atos societários, cria uma ordem, a qual deve ser respeitada por todos. Por meio do comando legal, os agentes econômicos tem parâmetros de como agir na vida societária:

b) segurança jurídica: permanência das publicações em jornais de grande circulação é a segurança jurídica, pois representa um anseio ou necessidade de viver em uma sociedade organizada e com proteção jurídica contra perigos, riscos ou contingências do tempo, do espaço e do convívio social.

c) função social da empresa: importância social dos jornais de grande circulação ao gerar empregos, tributos e riquezas, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

d) publicidade material: a ideia é ampliar a divulgação, de forma a não eliminar o restringir uso de veículos que permitam as publicações, e outrossim, ampliar o acesso às informações, respeitados os limites do sigilo da segurança nacional e defesa da intimidade. A ampliação na compreensão da publicidade é justificada pelos seguintes fatores:

1) superação do modelo positivista do Estado de Direito para, sob o influxo da justiça na ordem jurídico-positiva, reconhecer a

insuficiência ao critério formalista no agir negocial, para o surgimento de referenciais que prestigiam os direitos fundamentais, postos, assim, como fundamentos numa qualidade de agir;

2) A constitucionalização do direito societário contribui com a afirmação de um agir societário de qualidade caracterizado por empregar e espelhar a supremacia dos direitos fundamentais e a uma ética responsável e legítima;

3) A valorização da ideia substantiva de democracia decorre a crise do modelo representativo que permitiu um aumento considerável da participação popular na vida societária. Neste cenário, a teoria democrática desenvolve fundamentos que contribuem para aumentar a transparência nas atividades societárias.



DAS RESPOSTAS OBJETIVAS

AOS

QUESITOS APRESENTADOS

DAS RESPOSTAS OBJETIVAS AOS QUESITOS APRESENTADOS

1) Qual a importância de defender a imprensa escrita como meio de comunicação social no contexto da publicidade?

Como produto cultural que resulta das necessidades sociais, a imprensa escrita é resultado da comunidade e do tempo nos quais estão inseridos, consolidando de forma segura e analítica sentidos socialmente construídos, tornando viável a compreensão da informação, bem como a identificação da responsabilidade na veiculação da informação em prol da segurança humana.

2) Qual a função socioeconômica do jornal impresso diante da influência digital na comunicação social?

A suposta crise de legitimidade da mídia tradicional frente aos avanços tecnológicos deve ser repensada diante da constatação da importância da imprensa escrita, seja na articulação de uma multiplicidade de discursos sobre a reflexão cotidiana da realidade com maior profundidade e contextualização das notícias, seja no reconhecimento como instrumento de inserção da cultura com matéria-prima para autonomia política dos cidadãos. A mídia digital não pode ser tida por suficiente para justificar e legitimar uma cidadania ativa, já que com a pontuação de fatos não fornece às pessoas a real compreensão dos acontecimentos, com um presente sem memória, e sem uma inserção ampla e contextualizada no sentido da informação.

3) Por que existe a obrigatoriedade das publicações legais nos jornais de grande circulação?

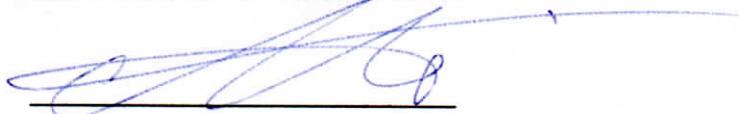
No âmbito da regulamentação jurídica das sociedades anônimas, em homenagem à publicidade e transparência dos atos societários, destaca-se a previsão normativa da publicidade legal: quanto mais transparente e responsável for a empresa, mais confiança passa a investidores e ao público geral. O artigo 289 da Lei das Sociedades por Ações prescreve a obrigatoriedade das publicações legais para que os respectivos acionistas tenham efetiva ciência de todos os atos societários praticados pela Sociedade Anônima.

4) Quais as consequências jurídicas pela falta das publicações legais nos jornais de grande circulação?

A exigência da publicidade por meio da dupla publicação (diário oficial e jornal de grande circulação) é feita por norma jurídica, de forma que integra o campo da juridicidade do ato societário, ostentando a condição de requisito necessário à regularidade integrante da forma do ato. Se for constada a exigência e verificada a forma, não há dúvida que a não publicidade ou a não observância da forma exigida pela publicidade gera nulidade do ato. Considerando ser a

publicidade do ato essencial à sua forma, temos que a não publicidade ou sua realização de forma incompleta gera a nulidade do ato, comprometendo a lisura nas atividades societárias.

São Paulo, 09 de Abril de 2021.



Armando Luiz Rovai

OAB/SP 129.782



Ana Flávia Messa

OAB/SP 163.195

BIBLIOGRAFIA

ARISTÓTELES, Ética a Nicômaco/ Aristóteles – tradução, textos adicionais e notas Edson Bini. 3º Ed. Bauru. Edipro. 2009.

BORBA, José Edwaldo Tavares. Direito Societário. 3. Ed. Rio de Janeiro, Freitas Bastos, 1986.

CARVALHO DE MENDONÇA, J. X. Tratado de Direito Commercial Brasileiro. São Paulo: Livraria Editora Freitas Bastos. 1937, V. I,

CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas. 2.ed. São Paulo, Saraiva, 1997. 2.v.

CARVALHOSA, Modesto. Comentários ao Código Civil. São Paulo: Saraiva. 2003.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial, volume 2. 20º Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

CORRÊA-LIMA, Osmar Brina. Sociedade Anônima. 3.ed. rev e atual – Belo Horizonte: Del Rey, 2005.

COVER, Robert M. *Nomos and Narrative*. “The Supreme Court, 1982 Term – Foreword: Nomos and Narrative” (1983). Faculty Scholarship Series. Paper 2705.

CRISTIANO, Romano. Surgimento , Funcionamento e Término da Sociedade Anônima. São Paulo. IOB – Informações Objetivas, 1990

DINIZ, Maria Helena. *Curso de Direito Civil Brasileiro – Teoria Geral do Direito Civil*. 16 ed. São Paulo: Saraiva, 2000. v. 1.

EIZIRIK, Nelson. A lei das S/A comentada. Volume II – Arts. 121 a 188, São Paulo: Quarter Latin, 2011.

FERREIRA, Waldemar. Tratado de sociedades mercantis. Volume primeiro. 5ª ed. Revista e aumentada. Rio de Janeiro 1958. Editora Nacional de Direitos LTDA.

FERREIRA, Waldemar Martins. Questões de Direito Comercial (Pareceres). Primeira série. 1929, São Paulo. Typographia Siqueira Salles Oliveira, Rocha & C.

FRANÇA, Erasmo Valladão Azevedo e Novaes. Conflito de Interesses nas Assembleias de S.A. São Paulo: Malheiros, 1993.

FRANCO, Alberto Silva. Código Penal e sua interpretação Jurisprudencial. 8º Ed. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais.

LACERCA, J.C Sampaio de. Comentários à Lei das Sociedades Anônimas. São Paulo, Saraiva, 1978.

LAMY FILHO, Alfredo, BULHÕES PEDREIRA, José Luiz coordenação Direito das Companhias – 2. Ed., atual. E ref. – Rio de Janeiro. Forense, 2017

LAZZARESCHI NETO, Alfredo Sérgio. Leis das Sociedades por ações anotada. 4º Ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Saraiva, 2012.

LEÃES, Luis Gastão Paes de Barros. Estudos e Pareceres sobre Sociedades Anônimas. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1989.

LEÃES, Luis Gastão Paes de Barros. Mercado de Capitais & “insider trading”. São Paulo, Revista dos Tribunais, 1982.

MARTINS, Fran. Curso de Direito Comercial, atual. Carlos Henrique Abrão. 39º Ed. Ver., atual. E ampl. – Rio de Janeiro: Forense, 2016.

MARTINS, Fran. Curso de direito comercial: empresa comercial, empresários individuais, sociedades comerciais, fundo de comércio. 8.ed. ver. e atual. Rio de Janeiro, Forense, 1981

MENDONÇA, José Xavier Carvalho de. Tratado de Direito Comercial. v. III.

MIRANDA, Pontes de. Tratado de Direito Privado. T. 1, 3ª edição, São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984.

MONTEIRO, Washington de Barros. Curso de Direito Civil – Parte Geral. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 1984, v.1.

PAIS, Paulo Roberto Tavares. Manual das sociedades anônimas. São Paulo, Editora: Revista dos Tribunais, 1981.

REQUIÃO, Rubens. Aspectos Modernos de Direito Comercial. São Paulo. Saraiva, 1977. P.255

REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial. 20.ed. São Paulo, Saraiva, 1991, 2.v.

REQUIÃO, Rubens, Curso de direito comercial, volume 2 / Rubens Requião. – São Paulo: Saraiva, 2003.

REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial, 2, vol. 27. Ed. rev. e atual. Por Rubens Edmundo Requião – São Paulo: Saraiva, 2010

ROVAI, Armando Luiz. Atualidades do Direito Empresarial Brasileiro. Belo Horizonte. D'Plácido. 2019

SAAD, Marta. Crimes econômicos e processo penal. Série GV law. São Paulo: Saraiva, 2008.

TAVARES BORBA, José Edwaldo – Direito Societário – 12ª Edição

TEIXEIRA, Egberto Lacerda, 1919 – Das sociedades anônimas no direito brasileiro. Egberto Lacerda Teixeira, José Alexandre Tavares Guerreiro. – São Paulo: Bushatsky, 1979. P.

VALVERDE, Trajano De Miranda. Sociedades por ações. Vol III. 2ª ed. Revista atualizada. Rio de Janeiro, 1953.

ZAITS, Daniela. Reponsabilidade dos Administradores de Sociedades Anônimas e por Quotas de Responsabilidade Limitada, Revista dos Tribunais. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, v. 740, junho, 1997, p. 32