



# PUC

**DEPARTAMENTO DE DIREITO**

---

## **AS SOCIEDADES EMPRESÁRIAS E A EFETIVIDADE DAS PUBLICAÇÕES**

**por**

**PEDRO CAVALCANTI BOTELHO**

**ORIENTADOR: FELIPE GIRDWOOD ACIOLI**

**2012.1**

---

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

RUA MARQUÊS DE SÃO VICENTE, 225 - CEP 22453-900

RIO DE JANEIRO - BRASIL

# **AS SOCIEDADES EMPRESÁRIAS E A EFETIVIDADE DAS PUBLICAÇÕES**

**por**

**PEDRO CAVALCANTI BOTELHO**

Monografia apresentada ao  
Departamento de Direito da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio de  
Janeiro (PUC-Rio) para a obtenção do  
Título de Bacharel em Direito.

Orientador: Felipe Girdwood Acioli

**2012.1**

## DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho à minha mãe, Rachel, por ter me encorajado em todos os desafios da minha vida; ao meu pai, Jorge, por ter sido o primeiro empresário que eu conheci; ao meu irmão, Rodrigo, pela confiança; ao meu avô, David, por ter me inspirado a seguir a carreira jurídica; à minha avó, Tessa, por todo o apoio incondicional; à minha tia-avó Nilza que, sem saber, despertou em mim o interesse pelo direito comercial; a todos os meus amigos, da PUC ou não, que tornaram esses anos inesquecíveis; aos meus chefes Guilherme, Gustavo e Cecilia que ao longo dos últimos quatro anos me orientaram em meu crescimento profissional; e ao meu orientador Felipe Acioli por ter acreditado na proposta desse trabalho e me auxiliado no respectivo desenvolvimento.

## RESUMO

O presente trabalho visa a refletir sobre a efetividade das publicações obrigatórias a que estão submetidas as sociedades empresárias em razão do princípio da publicidade dos atos societários.

Atualmente, essas publicações devem ser feitas no Diário Oficial e em jornal de grande circulação, contudo, sabemos que outros meios de comunicação digital mais eficientes já estão disponíveis e que poderiam ajudar a efetivamente informar sócios, credores e interessados.

O principal instrumento é a internet, que já é utilizada em caráter oficial por diversos órgãos governamentais em procedimentos obrigatórios e no dia a dia do cidadão brasileiro, sendo a possibilidade de publicações empresariais na internet existente no direito comparado.

Outro ponto importante é o impacto ambiental gerado pela impressão de publicações e toda a sua cadeia de produção e distribuição, sendo esse custo ambiental inaceitável de acordo com os valores e demandas da sociedade contemporânea.

Por fim, são levantados novos caminhos para trazer as publicações empresariais para o século XXI, analisando possibilidades de inovação e também a proposta de Novo Código Comercial.

## SUMÁRIO

Introdução -----	pg. 7
Capítulo 1 – As Publicações Empresariais – Cenário Atual, Fundamentos e Problemas -----	pg.10
1.1 Função e Princípios Inerentes às Publicações -----	pg. 10
1.2 As Imprensas Oficiais -----	pg. 15
1.3 O Conceito de Jornal de Grande Circulação -----	pg. 17
1.4 A Internet no Cenário Atual das Publicações no Brasil -----	pg. 19
1.5 As Publicações no Exterior – Visão do Direito Comparado -----	pg. 19
1.6 O Conflito entre o DNRC e a ABIO -----	pg. 22
Capítulo 2 – Aspectos Ambientais das Publicações -----	pg. 26
2.1 Conflito com os Novos Valores do Século XXI -----	pg. 26
2.2 Impacto Ambiental das Publicações -----	pg. 29
Capítulo 3 – A Internet e a Sociedade Brasileira Contemporânea -----	pg. 31
3.1 A Internet no Brasil – Inclusão Digital -----	pg. 31
3.2 Uso Oficial da Internet -----	pg. 33
3.2.1 Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP Brasil -----	pg. 33
3.2.2 A Experiência no Poder Executivo -----	pg. 35
3.2.3 A Experiência no Poder Legislativo -----	pg.37
3.2.4 A Experiência no Poder Judiciário -----	pg. 38
3.2.5 A Experiência no Registro do Comércio -----	pg.39
Capítulo 4 – Possibilidades de Mudanças – Publicações na Internet -----	pg. 43
4.1 Publicações Relativas a Documentos Societários em Geral -----	pg. 44
4.2 Publicações Relativas a Convocações -----	pg. 46
Capítulo 5 – Projeto de Lei nº. 1572/11 – O Novo Código Comercial ----	pg. 47
5.1 As Publicações no Novo Código Comercial e Demais Inovações ----	pg. 48
5.2 O Avanço e as Possibilidades Trazidas Pelo Artigo 660 -----	pg. 49
Conclusão -----	pg. 51

## LISTA DE TABELAS, ABREVIACES E SBOLOS

DNRC – Departamento Nacional do Registro do Comércio

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

RFB – Receita Federal do Brasil

LSA – Lei n. 6.404/76

NCC – Novo Código Civil, Lei n. 10.406/02

“Algumas pessoas olham o mundo

e perguntam: Por quê?

Eu penso em coisas que nunca

existiram e pergunto: Por que

não?”

(George Bernard Shaw)

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa refletir sobre a ineficiência da obrigatoriedade das sociedades empresárias, com destaque para as sociedades anônimas e sociedades limitadas, publicarem atos societários no diário oficial e em jornal de grande circulação para atenderem ao princípio da publicidade.

Esse tema é de grande relevância para o Direito Societário, pois as sociedades empresárias são obrigadas a realizar diversas publicações em razão de extensa determinação legal. É importante destacar que as publicações objeto desse estudo são exclusivamente aquelas obrigatórias para as sociedades empresárias, não sendo objeto do presente trabalho as demais publicações previstas em lei de natureza cível (chamar o réu de um processo judicial, por exemplo).

No NCC os artigos 1.043 II, 1.063 § 3º, 1.084 § 1º, 1.103 I, 1.109 § único, 1.122 preveem hipóteses em que uma sociedade limitada terá de realizar publicações, na LSA destacam-se os artigos 94, 124, 133, 134, 135, 142, 146, 151, 176, 227 § 3º, 228 § 3º, 229§ 4º, 279 § único, 289 e §§ no que tange às companhias.

Cumprе ressaltar que o instituto das publicações no Direito Comercial não é uma invenção da LSA ou do NCC, ensina Modesto Carvalhosa ao comentar o Decreto-Lei nº. 2.627, antiga lei das sociedades por ações:

“A matéria foi tratada no diploma de 1940, em seu art. 173, que consagrava o *princípio da publicidade legal*, consubstanciado na dupla publicação – diário oficial e jornal de grande circulação” (Carvalhosa, 1998, p. 455).

No passado o instituto das imprensas oficiais e das publicações em jornal foi uma grande inovação que visava efetivar o supracitado princípio da publicidade e permitir que sócios, credores e terceiros tivessem informações para proteger seus direitos. Naquela época os jornais eram a grande ferramenta

de comunicação disponível, eram em pouco número, não eram editados com tantas páginas ou tanta frequência, tornando assim mais fácil localizar as publicações do seu interesse.

“ao tempo da promulgação do diploma de 1976 senão três jornais eram publicados sete dias por semana: o *Jornal do Brasil*, o *O Globo* e a *Folha de São Paulo*. O pequeno aumento do número de periódicos com publicação ininterrupta na semana verificou-se a partir dos fins dos anos 80, diante das facilidades gráficas que a informática trouxe a esse setor” (Carvalhosa, 1998, p.463).

Hoje o mundo é muito mais dinâmico, milhares de jornais são publicados diariamente com centenas de folhas, sobretudo nas grandes capitais. Com isso, como se pode exigir de um acionista, que por vezes é um investidor com participação em diversas sociedades, que ele leia dezenas de jornais diariamente em busca de uma possível convocação para assembleia?

Assim como o jornal já foi a grande ferramenta encontrada pelo direito para tornar efetiva a publicidade de determinados atos societários, hoje temos a internet como a nova grande ferramenta. Essa ferramenta já é amplamente usada nas relações sociais, afetivas e, sobretudo, nas relações comerciais.

O empresário contemporâneo está permanentemente conectado à internet, ele é dinâmico e preza pelo tempo, seu bem mais precioso e escasso. Por isso, o mercado transformou a internet de algo opcional, para quem quisesse sistematizar sua empresa, para uma necessidade imperiosa.

Atualmente, seria possível pensar na concretização de negócios e projetos sem trocas de e-mails? Sem programas de computador? Sem troca instantânea de informação? A resposta para todas as perguntas evidentemente é: não.

Nesse sentido, diversas mudanças de órgãos governamentais, como a Receita Federal, já não mais apresentam a internet como uma ferramenta opcional, mas obrigatória, como veremos adiante.

O atual sistema de publicações em jornal não confere a mesma eficiência ao princípio da publicidade que a internet poderia conferir por sua enorme capacidade e rapidez para divulgação de informações, não obstante todas as outras vantagens que serão abordadas ao longo do presente trabalho.

O Direito Comercial não pode abdicar de perseguir a maior celeridade, eficiência e economia, pois é um ramo do direito que regula as relações empresariais, as quais tem por natureza a necessidade de ser ágil e acompanhar o mercado.

Além disso, a nossa sociedade evoluiu a um ponto em que ficou claro que não somente questões pecuniárias devem guiar nossas normas, inclusive as comerciais. Precisamos reafirmar nosso comprometimento com o desenvolvimento sustentável, único caminho para o futuro.

Considerando a questão ambiental, a produção de centenas de toneladas de papel vai em caminho contrário ao que desejamos e necessitamos para o futuro. A preocupação com as consequências ambientais de nossas normas tem que estar sempre presente nas mentes de nossos legisladores e operadores do direito.

A construção do futuro passa pela preocupação com a preservação ambiental, pois sem essa preocupação não haverá futuro da maneira que o desejamos nem de qualquer outra maneira.

## **Capítulo 1 – As Publicações Empresariais – Cenário Atual, Fundamentos e Problemas.**

Conforme ressaltado na parte introdutória acima, as publicações objeto desse estudos são as exclusivamente empresariais, das quais destaco as previstas no NCC artigos 1.043 II, 1.063 § 3º, 1.084, 1.103 I, 1.109 § único, 1.122 e na LSA os artigos 94, 124, 133, 134, 135, 142, 146, 151, 176, 227 § 3º, 228 § 3º, 229§ 4º, 279 § único, 289 e §§.

Tais publicações são feitas em jornal de grande circulação, na imprensa oficial ou em ambos, conforme for o caso, para atender ao princípio de que deve ser dada às partes interessadas publicidade de determinados atos praticados pelas sociedades, permitindo que credores e sócios se oponham, tomem as atitudes legais exigidas ou que possam proteger seu direito.

Segundo o art. 289 caput da LSA, as publicações determinadas em tal lei para as sociedades anônimas:

“serão feitas no órgão oficial da União ou do Estado ou do Distrito Federal, 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”.

### **1.1. Função e Princípios Inerentes às Publicações**

Diversos doutrinadores e célebres juristas pesquisaram e desenvolveram em livros, artigos e manuais em que abordaram a questão das funções e princípios inerentes às publicações.

Um dos maiores nomes do Direito Comercial brasileiro, Modesto Carvalhosa, disserta de forma clara sobre essa questão:

“A função das publicações que deverão ser feitas concomitantemente em dois veículos- imprensa oficial e jornal de grande circulação – é a de assegurar a ampla

divulgação dos atos sociais e o imediato acesso às informações nele contidas. Completa-se, dessa forma, o *regime de publicidade legal*, que abrange os procedimentos de arquivamento dos atos sociais do registro do Comércio e sua publicação, e ainda o arquivamento dessas mesmas publicações no Registro do Comércio.” (Carvalhosa, 1998, p.460) (grifo nosso)

Sabendo que entre as funções das publicações estão a “ampla divulgação” e “imediato acesso às informações”, já é possível iniciarmos a reflexão sobre os meios para realização dessa ampla divulgação e acesso imediato. Afinal de contas, como mencionado na Introdução desse trabalho, na época em que foi elaborada a LSA os jornais de grande circulação eram o meio mais eficiente e rápido para essa divulgação.

Contudo, hoje temos a internet como um meio que permite uma divulgação muito mais ampla e imediata. A internet pode alcançar qualquer pessoa em qualquer parte do mundo em tempo real, é instantânea. Não podemos culpar a omissão do legislador de 1976 em omitir esse tema, pois a internet foi criada em 1990, tendo chegado ao Brasil somente em 1995, ainda restrita às classes mais altas e grandes empresas. O legislador não poderia ter previsto o futuro, mas agora, “no futuro”, cabe sim a reflexão que será aprofundada conforme prosseguirmos no estudo.

Conforme também foi mencionado na parte introdutória, as sociedades, em especial as por ações, estão vinculadas ao princípio da publicidade de determinados atos:

“Como reiterado, o principal fundamento das sociedades por ações é o da publicidade. Esta é formada por dois elementos: o arquivamento e a publicação dos atos societários elencados pela lei societária como passíveis de tais procedimentos.” (Carvalhosa, 1998, p.461).

Nelso Eizirik ensina sobre o princípio da publicidade legal:

“A publicidade legal constitui forma, concebida pela Lei das S.A., de comunicação presuntiva de fatos *ad incertam personam*, ou seja, ao público geral. Efetuada a publicidade, presume-se que todos tiveram acesso aos fatos nela descritos, de

sorte que eles produzem efeitos em relação a todos os terceiros, à universalidade daqueles que não são partes na relação jurídica. (...) estabelece a ficção jurídica da presunção do conhecimento dos fatos nela contidos. Assim, após a publicação oficial dos atos societários, ninguém pode se escusar de seus efeitos, pois há uma presunção de que todos a eles tiveram acesso” (Eizirik, 2011, p. 621) (grifo nosso).

A ficção jurídica de ciência de determinados fatos é fundamental para a operação do direito, de outra forma, as pessoas poderiam sempre alegar que desconheciam determinado fato, por exemplo, um credor poderia alegar que não soube da redução do capital social durante o prazo que tinha para se opor e que, portanto, deseja se opor após esse prazo.

“A prova da publicidade de atos societários, quando exigida em lei, será feita mediante anotação nos registros da Junta Comercial à vista da apresentação da folha do Diário Oficial ou do jornal onde foi feita a publicação” (Júnior, 2005, p.76).

Quando formos abordar as possibilidades para transferência das publicações empresariais dos jornais impressos para internet e a proposta de Novo Código Comercial, observaremos que se a publicação for feita através do website de algum órgão oficial ou do próprio diário oficial, seria possível a sua certificação com caráter oficial através de certificação digital e, portanto, garantiria essa vigência perante terceiros.

Outra razão das publicações existirem está ligada a um princípio referente à proteção dos sócios minoritários.

“outro princípio implícito refere-se à defesa das minorias societárias. (...) Também não se olvide o progressivo aumento de poderes de fiscalização e assecuratórios do direito à informação, propiciando às minorias societárias expedientes operacionais potentes para a defesa de seus interesses opostos aos dos administradores.” (grifo nosso) (Júnior, 2005, p.164)

Entretanto, não é somente a proteção dos minoritários que norteia as publicações, elas também são fundamentais para a proteção de credores e terceiros em geral que pretendam contratar com a sociedade.

“as sociedades anônimas vivem sob o regime da publicidade dos seus principais atos, os que justamente interessam a terceiros. Os seus atos constitutivos devem ser não só arquivados no registro competente, mas também integralmente publicados no jornal oficial da sede. Os terceiros que pretendam entrar em relação de negócios com elas, não devem ignorar a extensão dos poderes dos administradores. E, para saber que poderes têm eles, se realmente possuem a qualidade que invocam, são os terceiros forçados a recorrer ao jornal oficial em que vieram publicados os estatutos da sociedade e a certidão do seu arquivamento no registro.” (Júnior, 2005, p.164).

Fica claro que as publicações, atualmente feitas em jornal impresso, são fundamentais para que as partes supracitadas tenham meios de assegurar seus direitos e evitar serem pegos de surpresa, contudo, seriam muito mais eficientes se fossem publicadas na internet, tornando seu acesso mais simples e rápido, garantido a esses interessados o devido acesso à informação. É notório o fato de que os Diários Oficiais não são amplamente lidos, ficando restritos ao meio jurídico, e que o “jornal de grande circulação” segue um conceito fora da realidade que será abordado adiante. A grande maioria das publicações são realizadas em jornais que na realidade não são de grande inserção na sociedade e que vivem basicamente das próprias publicações.

Dessa forma, por determinar um meio ineficaz e ineficiente, o Direito Comercial cerceia essas pessoas de utilizarem outros meios necessários para a proteção dos seus direitos. O Direito Comercial não pode permitir que as sociedades empresárias, seus sócios e credores fiquem reféns do sistema atual de publicações, que é totalmente não efetivo. É imperativo que o dinamismo do Direito Comercial prevaleça. Waldirio Bulgarelli destaca:

“o direito comercial caracteriza-se pela simplicidade de suas fórmulas, pela internacionalidade de suas regras institutos, pela rapidez de sua aplicação, pela elasticidade de seus princípios e também pela onerosidade de suas operações, distanciando-se do civil, em regra formalístico, nacional, lento e restrito” (Bulgarelli, 1999, p.58).

Entretanto, o que vemos quanto às publicações é uma realidade lenta, formalística e extremamente cara. Em seu manual, Tavares Borba esclarece que:

“O objetivo da publicação no Diário Oficial, além da divulgação do ato, seria a de conferir a essa divulgação um cunho oficial. Por essa razão, a publicação no Diário Oficial da União, que tem circulação nacional, seria, em qualquer caso, satisfatória. O DNRC, no entanto, tem entendido que a publicação no diário Oficial da União somente seria possível se inexistente a imprensa oficial local. Não é esse, todavia, o conteúdo da norma, cujo comando é manifestamente alternativo” (Borba, 2008, p.536).

Borba, sem qualquer intenção, deixou transparecer justamente o conflito da efetividade que está sendo aqui tratado. É evidente que o Art. 289 da LSA ao dizer “órgão oficial da União ou do Estado” (grifo nosso) criou uma alternativa, permitindo que fosse publicado em um ou alternativamente em outro, a exclusivo critério da companhia. A crítica que Borba faz ao DNRC é exatamente porque este, ciente de que se uma empresa de Santa Catarina publicar no Diário Oficial da União ninguém em Santa Catarina irá ler, tentou conferir mais efetividade às publicações trazendo elas para o Diário Oficial do estado da sede da sociedade, afinal, se pouquíssimas pessoas leem o Diário Oficial do seu estado, menos ainda leem o Diário Oficial do Estado e da União.

Rubens Requião reconhece de forma bem clara o problema da pouca efetividade das publicações ao comentar a modificação da norma societária que passou a obrigar que as publicações fossem feitas sempre no mesmo jornal, facilitando a vida de minoritários e credores, e evitando que a direção da sociedade ou acionistas controladores, mudassem sempre o jornal de publicação, evitando, dessa forma, que minoritários ou credores se opusessem a um determinado ato:

“Sempre nos impressionaram as **dificuldades dos acionistas minoritários em localizar o jornal** em que era inserido o edital ou anúncio das convocações das assembleias gerais. Por isso, em estudos anteriores, procuramos uma solução de conveniência que permitisse aos acionistas maior acesso à publicação dos atos das anônimas, fazendo com que a própria assembleia determinasse o órgão ou os órgãos da imprensa, no qual ou nos quais pretenda sejam inseridos os mesmos editais e os atos da sociedade. Assim, os acionistas, sobretudo os dissidentes, poderiam facilmente controlar, pelo jornal preferido, as convocações e demais publicações. A nossa sugestão foi bem recebida e inspirou o texto do § 3º do art. 289: “A companhia deve fazer as publicações previstas nesta lei sempre no mesmo jornal, e qualquer

mudança deverá ser precedida de aviso aos acionistas no extrato da ata da assembleia geral ordinária” (Requião, 2011, p.386) (grifo nosso).

A proposta trazida por Requião de fato foi um passo adiante na questão da efetividade das publicações, mas um passo muito a quem do ideal. Em um mundo dinâmico e corrido, é inaceitável pensar que um empresário tenha que todo dia ler um jornal determinado pela assembleia em busca de uma eventual publicação enquanto ele poderia simplesmente ser avisado de maneira instantânea por meios eletrônicos, como e-mail automático, ou acessando um site em que essa publicação estivesse separada por empresa, sem ter que ler todo o jornal todos os dias.

Isso se torna ainda mais grave se considerarmos que esse mesmo empresário pode ter participações societárias em diversas empresas de diferentes estados e que determinam publicações em dezenas de jornais diferentes, jornais esses que não são distribuídos em todo país, e nem são obrigados a ser segundo a LSA. Esse é o caso típico de um investidor, que poderia, inclusive, estar fora do Brasil realizando negócios ou de férias no local mais exótico e remoto do mundo e ainda assim ele tomaria ciência das publicações se essas fossem feitas através da internet. Ainda através da internet e outros meios de comunicação, esse hipotético investidor poderia acionar sócios, procuradores ou advogados no Brasil para que esses tomassem quaisquer atitudes necessárias à tutela dos seus direitos ou interesses.

## **1.2. As Imprensas Oficiais**

A imprensa oficial surgiu no Brasil em 13 de maio de 1808 por decreto do príncipe regente D. João com o nome de Impressão Régia e, ao longo de mais de 200 anos de história, evoluiu até o Diário Oficial da União que conhecemos hoje.

A Imprensa Nacional, ligada à Presidência da República / Casa Civil, lançou em 28 de janeiro de 1997 o seu endereço eletrônico na internet. No dia 17 de março daquele ano foi disponibilizada pela primeira vez na rede mundial de computadores a Seção I do Diário Oficial da União, sendo a versão completa disponibilizada desde 20 de abril de 2000.

A imprensa oficial acompanhou a evolução da tecnologia e das inovações editoriais, mas desde o ano 2000 pouca coisa mudou, não por culpa das imprensas oficiais, mas sim do legislador que continuou a exigir publicações impressas.

Além da União, todos os estados e diversos municípios possuem uma imprensa oficial própria. No Rio de Janeiro, o Diário Oficial começou a ser distribuído em 1º de julho de 1931 e hoje é dividido em nove partes: Executivo, Junta Comercial, Defensoria Pública, Ministério Público Estadual, Tribunal de Contas do Estado, Poder Legislativo, Justiça do Trabalho, Municipalidades e Publicações a Pedido. O D.O. do Rio de Janeiro é disponibilizado em versão online no website da Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro e possui ferramentas simples de busca em suas publicações, inclusive, especificamente, na seção “Publicações a Pedido” onde ficam as publicações empresariais de que estamos tratando.

Outro importante Diário Oficial estadual é o do Estado de São Paulo. Criado em 28 de abril de 1891, o D.O. de São Paulo, assim como as demais imprensas oficiais, buscou inovar e evoluir dentro dos limites da lei, disponibilizando também versão online na íntegra. Mas a Imprensa Oficial de São Paulo foi além e em parceria com a Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP desenvolveu um sistema eletrônico que disponibiliza na internet o acesso gratuito a documentos e informações cadastrais de empresas que possuem registros na JUCESP. Não obstante essa inovação, a Imprensa Oficial paulista ainda é órgão autorizado para certificação digital conveniado à

ICP-Brasil e possui projetos em certificação digital. Iremos tratar do importante instituto da certificação digital mais à frente.

Portanto, as imprensas oficiais vêm buscando cumprir o seu papel de informar os cidadãos, tentando conferir efetividade às publicações com a utilização complementar na internet ainda de maneira embrionária sendo obrigada a manter as publicações impressas por força legal.

### **1.3. O Conceito de Jornal de Grande Circulação**

Ao menos em tese a falta de efetividade das publicações realizadas na Imprensa Oficial, que via de regra só é lida por operadores do direito, seria suprida pela obrigatoriedade de que as publicações também sejam realizadas nos jornais de grande circulação, conforme entende Nelson Eizirik:

“O Objetivo da norma é permitir a todos o acesso às publicações ordenadas em lei, conferindo-lhes (i) oficialidade, com o Diário Oficial, e (ii) circulação efetiva das informações, obtida com os jornais de grande circulação.” (Eizirik, 2011, 622p.) (grifo nosso).

Os jornais de grande circulação, esses sim, garantiriam a efetividade das publicações por serem lidos pela grande massa da população, assim como a rede mundial de computadores é hoje acessada por essa massa.

Não há uma definição legal do que seria considerado um jornal de grande circulação, mas foi construído um entendimento doutrinário majoritário sintetizado nas palavras de 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” (Carvalhosa, 2003, p.521)

A conceituação trazida pelo grande doutrinador Modesto Carvalhosa vem corroborar a tese ora apresentada da baixíssima efetividade das publicações, seja no Diário Oficial ou em “jornal de grande circulação”, pois se excluirmos o critério quantitativo não estamos mais falando de jornais com verdadeira grande circulação. Assim, a “circulação efetiva das informações” de que trata Nelson Eizirik simplesmente não ocorre.

Apenas um aspecto do art. 289 da LSA e da definição de jornal de grande circulação busca a efetividade das publicações: é a exigência de que ele seja editado ou distribuído na localidade onde está situada a sede da companhia. Assim, fica consagrado o princípio da proximidade, segundo o qual se presume que os acionistas, em sua maioria residem, no local sede.

Na prática, observamos que existem diversos jornais que não são lidos pela população e que vivem apenas de publicações por serem considerados “de grande circulação” uma vez que são editados na localidade e são vendidos em algumas poucas bancas pelas cidades.

Esses jornais normalmente possuem mais páginas de publicações do que de reportagens e são comprados somente por quem neles publicou e precisa apresentar a cópia dessa publicação à Junta Comercial. No Rio de Janeiro um exemplo disso é o Diário Comercial, que em sua edição de 25 de maio de 2012 (Ano LVII – Edição nº. 14.409) destinava cerca de 50% do espaço disponível em suas 10 páginas para publicações empresariais.

Se o jornal possui mais publicações do que notícias que cidadão o compraria? A ficção jurídica deveria ter ficado a cargo da oficialidade trazida pelo Diário Oficial, o jornal de grande circulação seria justamente para conferir efetividade ao princípio da publicidade, contudo, o que observamos na prática está muito distante disso, é apenas outra ficção.

#### **1.4. A Internet no Cenário Atual das Publicações no Brasil**

Não podemos ignorar que muitas empresas já disponibilizam suas publicações obrigatórias na rede mundial de computadores, mas isso se dá de maneira complementar e não alternativa ou obrigatória como iremos propor adiante. Elas o fazem por política de transparência com a sociedade e com os investidores.

No ano de 2001, mesmo ano de criação do ICP-Brasil de que trataremos no Capítulo 3, a Lei nº. 10.303 de 31 de outubro acrescentou o § 7º ao Art. 289 da LSA:

“§ 7º Sem prejuízo do disposto no caput deste artigo, as companhias abertas poderão, **ainda**, disponibilizar as referidas publicações pela rede mundial de computadores.” (grifo nosso)

Trata-se meramente de uma possibilidade complementar e não alternativa, ou seja, as companhias abertas podem também disponibilizar suas publicações na internet além de fazê-lo no D.O. e jornal de grande circulação. É evidente que estamos diante de um dispositivo que apenas demonstrou o crescimento da importância da internet para a comunicação entre as companhias e seus credores e acionistas já há onze anos atrás, mas que é inútil do ponto de vista prático. Vivemos em uma sociedade regida pelo princípio da legalidade do Art. 5º II da Constituição Federal, nesse sentido, como nenhuma lei vedava a publicação complementar na internet é evidente que nenhuma companhia era impedida de publicar complementarmente por este meio.

#### **1.5. As Publicações no Exterior – Visão do Direito Comparado**

As publicação não são uma invenção brasileira, elas foram trazidas por meio do direito comparado e existem em diversos países do mundo até hoje.

Alguns países com espécies de diários oficiais chamados “official gazettes” e outros utilizando-se de jornais de grande circulação.

É o caso do Japão que possui a “Official Gazette” publicada pelo “National Printing Bureau”, onde são publicados comunicados de empresas para fusões, por exemplo, e balanços financeiros. Na Suíça existe a SOGC – Swiss Official Gazette of Commerce, que contém publicações do registro do comércio, falências, execução de dívida, chamada de credores, títulos perdidos, marcas, controle de metais preciosos, balanços, comunicados das empresas dentre outras publicações. Em ambos os casos existem publicações e convocações online e ferramentas de busca.

Na Austrália, em razão das leis societárias e de propriedade intelectual local “Corporations Act 2001” e “Copyright Act 1968” as empresas são obrigadas a realizar determinadas publicações da imprensa oficial denominada “Business Gazette”, publicada toda terça-feira. No website da Business Gazette o usuário pode se inscrever em um sistema de notificação via e-mail chamado “Alert Service”. A “Business Gazette” australiana é ligada à comissão de valores mobiliários local, denominada ASIC – Australian Securities & Investments Commission.

A lei societária inglesa - “Companies Act 2006” - é uma das mais interessantes para esse trabalho. Por ser mais moderna, datada de 2006, essa lei traz a internet para dentro do sistema de publicidade empresarial inglês. A rede mundial de computadores é uma ferramenta amplamente usada, por exemplo, os Arts. 308 e 309 permitem que as convocações para assembleias possam ser feitas por meio eletrônico (e-mail) ou através do website da empresa, devendo a publicação ficar disponível desde quatorze dias antes (Art. 307) da assembleia até a sua conclusão, devendo também indicar a matéria a ser deliberada, local e data.

A lei inglesa é tão vanguardista que, entre as dezenas de disposições permitindo a utilização de publicações e convocações exclusivamente pela

internet, existem algumas hipóteses que companhias abertas são obrigadas a publicar na internet para dar efetiva publicidade de determinados atos. Por exemplo, segundo o artigo 311, antes de uma assembleia geral deve ser divulgado em uma página na internet, mantida e identificada como da companhia, a matéria a ser tratada, a quantidade de ações votantes e respectivas classes, dentre outros requisitos. Além disso, segundo o art. 430, as companhias abertas devem publicar obrigatoriamente em seu website os balanços anuais, criando, inclusive a obrigação de ter um website.

Contudo, no sistema inglês existe a exigência de que várias informações sejam enviadas a todos os sócios das empresas e existem também hipóteses de publicação no Diário Oficial local chamado de “Official Gazette”, entretanto, o artigo 1.116 abre caminho para que o Secretário de Estado regule a utilização de meios eletrônicos ao invés da Official Gazette, e vale ressaltar que em quase todas as hipóteses de publicação impressa há a possibilidade desta ser substituída pela publicação online no website da empresa.

Já a “Delaware Corporations Law” prevê algumas hipóteses em que as sociedades regidas pela lei do Estado de Delaware ou seus sucessores estão obrigados a realizar publicação em “newspaper of general circulation”, ou seja, jornal de grande circulação, que não é definido em lei. Isso acontece, por exemplo, no caso previsto no § 280 que impõe que na ocasião da dissolução de uma sociedade é necessário fazer uma publicação ao menos uma vez por semana, duas semanas consecutivas, em jornal de grande circulação chamando quaisquer pessoas com direitos ou reclamações contra a empresa para se manifestarem. Todavia, a lei de Delaware não prevê expressamente a possibilidade de publicações na internet.

## 1.6. O Conflito entre o DNRC e a Associação Brasileira de Imprensas Oficiais.

No ano de 2007, foi aprovada a Lei nº. 11.638 que em seu artigo 3º estendia algumas obrigаторiedades dispostas na LSA às sociedades de grande porte, independentemente de serem sociedades por ações ou contratuais:

“Art. 3º Aplicam-se 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.

Parágrafo único. Consideram-se de grande porte, para os fins exclusivos desta Lei, a sociedade ou conjunto de sociedades sob controle comum que tiver, 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).”

Com isso, as sociedades limitadas de grande porte também passaram a ser obrigadas a publicar seus balanços nos Diários Oficiais e jornais de grande circulação, com altos custos e ineficiência, lembrando-se que boa parte dessas sociedades de grande porte são sociedades familiares ou de pequenos grupos de pessoas que cresceram e mantiveram sua estrutura contratual.

Ciente de que não haveria muitos sócios minoritários a serem protegidos, do altíssimo custo financeiro e da total ineficácia das publicações; o DNRC, em 18 de junho de 2008, através do item 7 do Ofício Circular nº. 99/2008 afastou tal obrigatoriedade.

“7. As Sociedades de Grande Porte , para o fim de atender ao disposto no art. 40 da Lei 8.934/96, poderão **facultativamente** publicar suas demonstrações financeiras nos jornais de oficiais **ou outros meios de divulgação**, para o efeito de ser deferido o seu arquivamento nas Juntas Comerciais.” (grifo nosso)

Indignada com o referido Ofício do DNRC, a Associação Brasileira de Imprensas Oficiais – ABIO em duvidosa, porém aceita em juízo, legitimidade

ativa, propôs ação ordinária nº. 2008.61.00.030305-7 solicitando tutela antecipada para imediata suspensão do item 7 transcrito acima, e que fosse determinado que o DNRC editasse novo Ofício Circular determinando a obrigatoriedade das sociedades limitadas de grande porte publicarem suas demonstrações financeiras no Diário Oficial e em jornal de grande circulação.

Em 16 de dezembro de 2008, a Juíza Federal Substituta Maíra Felipe Lourenço, do Tribunal Regional Federal da 3ª Região, expediu decisão liminar nos autos da supracitada ação, deferindo parcialmente o pedido da ABIO:

“o Ofício-Circular 099/2008 DNRC foi editado em manifesta violação ao mencionado dispositivo legal, na medida em que, sob a justificativa de solucionar dúvidas quanto à interpretação da lei, e prestar orientação às Juntas Comerciais (incisos III e IV), autorizou que as Juntas Comerciais adotem procedimento claramente contrário ao disposto no artigo 3º, da Lei 11.638/07.

Como exposto acima, com a modificação introduzida pelo artigo 3º, da Lei 11.638/07, não há dúvida de que as sociedades de grande porte estão sujeitas ao regime jurídico das sociedades anônimas quanto à escrituração e à publicação de suas demonstrações financeiras. O que significa que a publicação de suas demonstrações financeiras **deve** ser feita em órgão oficial e em jornal de grande circulação.

(...)

Ao conferir às empresas de grande porte a faculdade de publicar suas demonstrações financeiras em jornais oficiais ou em outros meios de divulgação, o DNRC exorbitou da competência que lhe foi conferida, já que a nenhuma autoridade administrativa é outorgado o poder de baixar ato em contrariedade ao disposto em lei em sentido formal.

(...)

Passo a apreciar o segundo pedido de antecipação dos efeitos da tutela: a determinação de que o DNRC edite, até 31 de dezembro do corrente mês, novo ofício-circular, em que conste a obrigatoriedade das sociedades limitadas de grande porte publicarem suas demonstrações financeiras no Diário Oficial e em jornal de grande circulação, em conformidade com o disposto no artigo 289, da Lei 6.404/76.

Indefiro o pedido, na medida em que a obrigação das sociedades de grande porte não decorre da edição de ofício-circular pelo DNRC, mas do comando legal do artigo 3º, da Lei 11.638/07. O próprio fundamento do primeiro pedido da autora, a falta de competência do DNRC para baixar o Ofício-Circular 99/2008, acolhido pelo Juízo, demonstra ser irrelevante a edição de novo ato pelo DNRC”

De fato, há de se concordar que o dispositivo legal trazido pelo art. 3º da Lei 11.638/07 é claro, não deixando dúvidas, e que o DNRC não possui competência para dispor em contrário, mas ainda sim seria muito interessante

termos a possibilidade de publicação em “outros meios” conforme proposto pelo DNRC, pois nesse caso certamente teríamos a utilização da internet.

Na mesma decisão liminar, a Juíza Maria Felipe Lourenço comenta alguns argumentos trazidos ABIO:

“Sustenta que, se as publicações das demonstrações financeiras das sociedades limitadas de grande porte forem realizadas por meio de “outros meios de divulgação”, **será impossível as Juntas Comerciais atestarem a ocorrência e a efetividade de tais publicações**, inviabilizando o atendimento das formalidades legais estabelecidas no art.40 da Lei 8.934/94” (grifo nosso).

Na alegação acima entende-se por “efetividade das publicações” o fato delas terem sido feitas e, portanto, existirem, não o fato de serem efetivas em sua finalidade de informar e divulgar. O que a Associação Brasileira das Imprensas Oficiais diz é que no caso de publicação na internet seria difícil para as Juntas Comerciais atestarem sua veracidade. A ABIO tem razão, seria praticamente impossível que a Junta Comercial atestasse quando a publicação foi colocada no ar e por quanto tempo permaneceu, mas a ideia analisada no presente trabalho é que a divulgação fosse feita em páginas oficiais na internet com a utilização de certificação digital ICP-Brasil, conforme veremos a seguir. Por páginas oficiais entende-se até mesmo website da própria Junta Comercial, caso em que seria fácil atestar a ocorrência.

Da decisão acima mencionada a União federal interpôs Agravo de Instrumento alegando ilegitimidade ativa ad causam da ABIO para propor essa ação por ter apenas “interesse indireto”: “Apesar de sustentar que seu escopo é o interesse público, torna-se patente que o único interesse existente é puramente econômico” (fl. 155). Argumento esse que a relatora do agravo, Desembargadora Federal Regina Helena Costa, aceitou:

“Não vislumbro a legitimidade ativa ad causam da associação agravada para questionar a legalidade da expedição ofício-circular nº 99/2008 pelo DNRC.

Isso porque, à primeira vista, não há interesse jurídico a ser tutelado pela Agravada em nome de todas as Imprensas Oficiais do Brasil a ela associadas no presente caso, mas apenas interesse econômico.

Importante mencionar que o fato de os rendimentos auferidos pelas associadas da Agravada, no desenvolvimento de suas atividades, serem revertidos integralmente para os cofres públicos (fl. 178), não retira o caráter econômico do interesse que busca tutelar.

Com efeito, a defesa do interesse público cabe ao Ministério Público e às entidades públicas que possuem legitimidade para tanto, nos termos da Constituição Federal e legislação infraconstitucional, cabendo aos particulares representar a um desses entes no sentido de que sejam tomadas as providências necessárias” (fl.190)

Contudo, na decisão final da ação ordinária nº. 2008.61.00.030305-7, em 09 de março de 2010, o Juiz Federal Djalma Moreira Gomes, reconheceu a legitimidade ativa da ABIO deferindo suas pretensões com eficácia em todo país:

“Não há dúvida de que o móvel da presente ação – como de ordinário ocorre – **é o interesse econômico subjacente**. Aliás, difícil seria imaginar, por exemplo, um contribuinte juridicamente legitimado a discutir em juízo a aplicação de uma determinada lei tributária exercer, de fato, esse direito de ação se o resultado da demanda não lhe trouxesse proveitoso **reflexo econômico**.

Então, no presente caso, há, sim, um interesse econômico subjacente. Sem dúvida, há. Mas esse interesse econômico **antecede um interesse jurídico** que legitima a autora a defendê-lo em juízo.” (fl.282)

(...)

“Por esses fundamentos, tenho que a pretensão da autora deve prosperar.

Obviamente que, sendo as autoras substituídas, as imprensas oficiais, **sediadas em todas as unidades da Federação Brasileira**, a eficácia desta decisão deve abranger **TODO TERRITÓRIO NACIONAL**.”

## **Capítulo 2 – Aspectos Ambientais das Publicações**

Além da questão tema do presente estudo, a falta de efetividade das publicações, outro aspecto desse assunto não pode mais ser ignorado nos dias de hoje: a sua consequência ambiental. Afinal, a escolha legislativa pelas publicações gera a produção e distribuição de toneladas de papel.

Esse fato se torna mais grave ao considerarmos que, haja vista a inefetividade das publicações, boa parte desses jornais não foi lida, ou seja, não trouxe informação, cultura ou entretenimento a ninguém, tornaram-se apenas uma pilha com toneladas de lixo burocrático.

Mesmo que a publicação tenha atingido sua finalidade e um acionista ou credor da “sociedade X” a tenha lido a tempo de resguardar seu direito, existe uma consequência ambiental desnecessária, pois o acionista ou credor da “sociedade Y” teve que comprar o mesmo jornal com a publicação em papel da “sociedade X”, que em nada lhe interessa e não precisaria ter sido impressa para ele. Na internet ele poderia imprimir apenas a publicação que lhe interessasse, ou utilizá-la somente em arquivo digital.

### **2.1. Conflito com os Novos Valores do Século XXI**

O mundo vive hoje um período marcado por diversas tragédias naturais de magnitudes nunca antes imaginadas, evidenciando que os alertas que vem sendo dados há décadas pela comunidade científica não se tratam de terrorismo ambiental, devaneio apocalíptico ou ficção científica cinematográfica, mas sim da mais pura realidade. O estado de degradação ambiental de determinadas regiões e países é visível e, em muitos casos, de difícil reversão. O acúmulo de lixo e seu processamento se tornou um problema grave, sobretudo nos grandes centros urbanos.

Nesse contexto, não é mais possível ignorar as consequências ambientais de qualquer atitude, seja por parte do governo, das empresas ou no dia a dia de cada cidadão. No entanto, o legislador ainda não teve o bom senso de tentar modificar esse panorama, afastando as publicações em papel e permitindo a utilização alternativa, e não apenas complementar, da internet. A escolha pela publicação em jornal trata-se de uma opção política equivocada que, além de prejudicar a parte diretamente interessada por serem as publicações inefetivas, atinge o direito coletivo ao meio-ambiente, que é um direito difuso pertencendo, assim, a todos.

Ao redigir a Constituição Federal o legislador constituinte já vislumbrava a importância da questão ambiental:

“Art. 255. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, **impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo** para as presentes e futuras gerações” (grifo nosso)

Contudo, o Poder Público ao obrigar as publicações em papel falta com o seu dever de defender e preservar o meio-ambiente.

Diante disso, a sociedade entendeu que os recursos naturais são finitos e que vivemos confinados em uma esfera onde moram 7 bilhões de seres humanos e, por isso, mudou seus valores e conceitos passando a valorizar a preservação e o desenvolvimento sustentável como pilares fundamentais para a construção do futuro.

Essa mudança de pensamento fica clara através da última pesquisa encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) segundo a qual, em 2011, 94% dos brasileiros disseram ter algum tipo de preocupação com o meio-ambiente, esse número era de 80% em 2010.

Demonstração disso foram os fortes e recentes movimentos populares através das redes sociais na internet e via artistas e jornalistas pedindo o veto

presidencial ao Novo Código Florestal (“Veta Dilma!”), que iria diminuir a obrigatoriedade da preservação de florestas e mata ciliar, e também contra a construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, no Rio Xingu no Pará. O código florestal acabou por ser vetado parcialmente em 25 de maio de 2012, em uma postura política importantíssima da Presidente, que será a anfitriã da conferência Rio +20 sobre meio ambiente e desenvolvimento sustentável, reunindo dezenas de chefes de estado no Rio de Janeiro ainda esse ano.

As escolas cada vez mais vêm adotando a educação ambiental, seja por liberalidade ou por determinação do Poder Público, e a cada nova geração o sentimento da necessidade da preservação ambiental cresce. E não é apenas no campo educacional que o meio-ambiente ganha força, no empresarial também.

As empresas já perceberam que a preservação do meio-ambiente, neutralização das emissões de carbono e o desenvolvimento de produtos ecologicamente corretos são atitudes valorizadas pelos clientes, muitos destes dispostos a desembolsar uma quantia mais alta por tais produtos. Essa postura ambiental também é apreciada pelo público, que passa a admirar as marcas de empresas ecologicamente responsáveis.

Não obstante a valorização das marcas e o apetite do mercado consumidor por produtos ecologicamente corretos, muitas vezes boas posturas ambientais podem representar uma redução de custos para a empresa, principalmente quando há redução no consumo de energia, de papel ou na utilização da frota de veículos.

Exemplo disso é o Banco Itaú e a sua campanha “sem papel” ([www.itaubr.com.br/sempapel](http://www.itaubr.com.br/sempapel)), amplamente divulgada em canais de televisão e na internet, que propõe ao cliente que cancele o recebimento de extratos em papel e mude para extratos digitais. Com isso, o banco economiza muito dinheiro com a impressão e postagem dos extratos e ganha no campo do marketing ao construir a imagem de banco ecologicamente responsável.

## **2.2. Impacto Ambiental das Publicações**

O Diário Oficial do Rio de Janeiro possui um volume médio de 200 páginas, circulando de segunda à sexta, nos dias úteis. O Diário Oficial do Estado de São Paulo possui aproximadamente duas mil páginas e consome impressionantes 450 quilômetros de papel em cada edição.

Por isso, o impacto ambiental da obrigatoriedade das publicações em papel é enorme, indo contra o desejo da grande maioria da sociedade brasileira conforme analisado no item 2.1. acima.

É grave pensarmos que muitas pessoas comprem o Diário Oficial ou o jornal de grande circulação apenas para ter acesso à uma única publicação específica, muitas vezes para apresentá-la à Junta Comercial por exigência legal. Nesse caso, centenas de páginas foram impressas para aquela pessoa que apenas precisava apresentar uma única publicação de menos de meia página ao registro do comércio. As outras centenas de páginas foram desnecessariamente impressas.

Trata-se de um vergonhoso desperdício de papel que compromete os recursos naturais disponíveis. Se a publicação tivesse sido feita pela internet seria impressa somente a própria publicação, isso se não houvesse uma integração de sistemas e utilização de certificação digital, caso em que nem mesmo a própria publicação necessitaria ser impressa.

Segundo tabela listado o tempo de degradação de materiais disponibilizada pela Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo da UNICAMP os jornais levam entre 2 a 6 semanas para se decompor. Durante esse período eles se acumulam em lixões, aterros sanitários e pelas ruas, e após esse período ainda geram lixo residual.

Não obstante o lixo produzido pelo próprio papel do jornal existe uma geração de poluição ainda maior se considerarmos toda a cadeia produtiva e de distribuição. Afinal, insumos foram retirados da natureza transportados à

indústrias químicas e de papel e celulose para a produção da tinta e papel; depois os jornais são distribuídos por automóveis que funcionam através da queima de combustíveis fósseis, tendo sido tais combustíveis fósseis e automóveis produzidos em indústrias metalúrgicas, montadoras e petroquímicas extremamente poluidoras após a danosa extração de metais e petróleo. É uma cadeia poluidora gigantesca, totalmente desnecessária, ineficiente e que, hoje em dia, não mais ajuda a conferir efetividade ao princípio da publicidade.

A não conservação do meio-ambiente vai em sentido inverso aos anseios da sociedade contemporânea e representa uma ameaça à qualidade de vida e até mesmo à continuidade da vida no Planeta Terra e, embora não sejam o fator preponderante de degradação, as publicações em papel nada contribuem para a melhoria da situação atual.

## **Capítulo 3 – A Internet e a Sociedade Brasileira Contemporânea**

Segundo pesquisa realizada pelo instituto IBOPE Nielsen Online, o Brasil entra em 2012 com 79,9 milhões de pessoas com acesso a internet, um crescimento de 8% em relação ao ano de 2010.

Cumprir destacar que, com o desenvolvimento de novos meios de interação online, redes de relacionamento, serviços, compras, comunicação com o atendimento de empresas e de serviços públicos opcionais e obrigatórios, o número de usuários da internet tende a continuar a crescer, sobretudo porque os mais jovens são os que mais utilizam a internet.

Com tamanha massa de internautas e com uma taxa de crescimento tão alta já não se pode mais, como antigamente se podia, argumentar que a internet restringiria o acesso às publicações somente às elites econômicas e intelectuais. Pelo contrário, hoje tornaria esse acesso mais rápido, barato e abrangente, tornando assim as publicações mais eficazes por realmente efetivarem a publicidade dos atos.

Em se tratando o objeto do presente trabalho as publicações comerciais, a observância da celeridade e custos financeiros é muito importante, pois a atividade empresarial atualmente prescinde da redução de custos.

### **3.1. A Internet no Brasil – Inclusão Digital**

Não obstante o número impressionante de internautas brasileiros e seu vertiginoso crescimento, os brasileiros estão inserindo cada vez mais a internet no seu dia a dia e gastando mais horas com esse hábito.

Prova disso é ampla utilização de redes sociais. A maior delas, o Facebook, conta com cerca de 900 milhões de usuários em toda Terra e, segundo informado no portal digital da Revista Veja, 46 milhões de usuários são brasileiro. Desta forma o Brasil é o segundo país do mundo em número de usuários do Facebook. Vale observar que o segundo colocado nas últimas eleições presidenciais, José Serra, não atingiu esse número de votos, nem mesmo no segundo turno.

Mais interessante é observar o perfil dos usuários. Segundo divulgado pelo próprio facebook na época em que ainda tinha “somente” 37 milhões de usuários brasileiros, 51% dos usuários acessam o site diariamente navegando quase 7 horas por mês. E, mais interessante, 87% dos usuários têm mais de 18 anos, ou seja, podem, eventualmente, ser empresários. Além disso, 12 milhões utilizam o Facebook em seus celulares, o que mostra que as publicações na internet podem ser vistas em qualquer hora e lugar, de forma muito mais fácil e eficiente do que aquelas feitas em jornal impresso.

Quando o assunto é jornal a internet também está envolvida, cada vez mais sites de notícias são acessados. Não só sites especializados em notícias na internet, mas também os sites de jornais impressos tradicionais, que passaram quase todos a oferecer conteúdo exclusivo para internet com mais interatividade, como por exemplo blogs de seus colunistas, e também versões digitais para tablet (exatamente iguais às impressas, mas em formato “pdf”).

Vale lembrar que o viés de crescimento econômico que o Brasil vem vivendo e, principalmente, a distribuição de renda - que tira cada vez mais brasileiros da miséria e pobreza e traz milhões de cidadãos para a chamada “nova classe C” ou “nova classe media” - permitem que essas pessoas tenham acesso a novos bens que antes não tinham, e aí despontam itens eletroeletrônicos, como computadores e celulares do tipo “smartphones” que permitem a navegação na internet.

### 3.2. Uso Oficial da Internet

Um importante sinal da expansão dos usuários da internet no Brasil através da inclusão digital é o reconhecimento por parte do poder público. Nos três poderes existem exemplos de sistemas eletrônicos opcionais e obrigatórios que são conectados à rede mundial de computadores.

Analisaremos agora diversos desses exemplos, observando como eles podem apontar para o futuro das publicações, contribuindo com ideias e fornecendo segurança para passos maiores.

#### 3.2.1 Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP Brasil

Em 24 de agosto de 2001, ciente da crescente utilização da internet e da necessidade de conferir confiabilidade a tal uso, o então Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, adotou a medida provisória nº. 2.200-2, instituindo a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP – Brasil e transformando o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação em autarquia, determinando em seu artigo primeiro:

“Art. 1º Fica instituída a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileiras – ICP – Brasil, para **garantir a autenticidade, a integralidade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica**, das aplicações de suporte e das aplicações habilitadas que utilizem certificados digitais, bem como a realização de transações eletrônicas seguras” (grifo nosso)

Garantindo a supracitada autenticidade, integralidade e validade jurídica dos documentos eletrônicos, foi aberto o caminho para utilização oficial efetiva de meios digitais no Brasil, e, conseqüentemente, a utilização da internet.

Essa importantíssima e fundamental garantia de validade jurídica é assegurada pelo fato do ICP-Brasil ser mantido, auditado e atualizado por um

órgão público: o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação – ITI, uma autarquia.

O ITI segue regras de funcionamento que são determinadas pelo Comitê Gestor do ICP-Brasil, cujos membros são indicados pelo Presidente da República, sendo atualmente o coordenador/secretário executivo um representante da Casa Civil e os demais membros são representantes do Ministério da Fazenda, Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão, Ministério da Justiça, Ministério da Ciência e da Tecnologia, GSI/PR – Gabinete de Segurança Institucional, Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, Câmara Brasileira de Comercio Eletrônico – CAMARA E-NET, Associação dos Juízes Federais do Brasil – AJUFE, Sociedade Brasileira de Computação – SBC e da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC.

Com essa ampla representatividade do governo e da sociedade, o Comitê Gestor determina as diretrizes da certificação digital brasileira que se dá através de uma chamada “cadeia de certificação”. Essa cadeia se inicia pelo chamado AC-Raiz, que é mantido diretamente pelo ITI, o qual assina digitalmente os certificados das autoridades certificadoras de primeiro nível, que por sua vez certificam as autoridades certificadoras de segundo nível até chegar ao E-CPF de um cidadão ou E-CNPJ de uma empresa, por exemplo. Dessa forma, desde 2001 é possível a utilização da internet em caráter oficial com total segurança; quanto às possibilidades de fraude, elas certamente não são maiores do que em papel, pelo contrário, pode-se dizer que estamos diante de um meio mais confiável.

### **3.2.2 A Experiência no Poder Executivo**

Não obstante a disponibilização de legislação antiga ou atual e consolidada através do site do Palácio do Planalto, o Poder Executivo Federal possui diversas iniciativas de procedimentos por meios eletrônicos, se destacando aquelas de iniciativa de órgãos variados da administração pública e de autarquias.

A Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) é certamente o órgão do poder executivo que tem mais avançado na utilização de veículos eletrônicos online em seus procedimentos, o que facilita o controle e fiscalização das atividades econômicas/fiscais no Brasil. Isso merece especial destaque no presente trabalho por ser a RFB um órgão muito ligado ao dia a dia do empresário, o qual deve prestar diversas declarações e recolher vários tributos sob a administração dela.

A RFB oferece em seu endereço na internet um espaço denominado “Portal e-CAC (Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte)” onde estão disponíveis atendimentos e serviços online, e caso seja necessária uma visita à RFB o horário exato pode ser agendado através do portal. No e-CAC o contribuinte pode prestar declarações, receber avisos de cobrança relativos a débitos declarados em DCTF (os avisos são recebidos em caixa postal eletrônica), outorgar procurações virtualmente para contadores e outros despachantes realizarem atos perante a RFB, boa parte dos serviços com a utilização de certificado digital reconhecido pela ICP-Brasil, dentre outros serviços.

Em 1º de março de 2012, a RFB editou a Instrução Normativa nº. 1.252, tornando obrigatória a Escrituração Fiscal Digital da Contribuição (EFD-Contribuições) para as contribuições relativas ao PIS/Pasep, Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e da Contribuição Previdenciária sobre a Receita. Essa obrigatoriedade vale para

praticamente todas as empresas exceto para as Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e algumas exceções pontuais. Essas declarações passam a ser emitidas de forma eletrônica e assinadas digitalmente pelo representante da empresa ou procurador constituído através do e-CAC, sempre utilizando um certificado digital e-CPF credenciado pelo ICP-Brasil.

Além disso, a RFB também está tornando as declarações de DCTF (Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais), Dacon (Demonstrativo de Apuração de Contribuições Sociais), DIPJ (Declaração de Informações Econômico-fiscais da Pessoa Jurídica) obrigatórias via declaração eletrônica assinada por certificado digital. Dessa maneira, a RFB está obrigando que praticamente todas as sociedades empresárias tenham e-CNPJ e que todos os seus administradores tenham e-CPF.

Um importante exemplo da inserção do uso da internet se deu através da Receita Federal do Brasil que depois de 2011, ano base 2010, passou receber as declarações de Imposto de Renda Pessoa Física - IRPF somente através da rede mundial de computadores, não obstante ao fato de há anos já vir adotando procedimentos, serviços e atendimento online.

Esse caso se mostra especialmente interessante para o presente trabalho, pois, independentemente do critério de renda, estão obrigados à declarar o IRPF qualquer pessoa que tenha participado de empresa como titular ou sócio. Ou seja, desconstrói o argumento da necessidade das publicações em jornais em razão de nem todos terem acesso à internet ou saberem utilizá-la, uma vez que qualquer pessoa exercendo atividade empresária já está obrigada a utilizar a internet ao menos para realizar sua declaração de IRPF.

Além disso, RFB disponibiliza para emissão online a Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e a Certidão Relativa à Contribuições Previdenciárias, que é requisito para a contratação com o poder público e recebimento de benefícios ou incentivos fiscais de acordo com o item “a” do inciso I do Art. 47 da Lei 8.212 de 1991.

Essas certidões, em conjunto com a CRF – Certidão de Regularidade Fiscal do FGTS, também emitida online pela Caixa Econômica Federal são fundamentais às sociedades empresárias. Sem essas três certidões citadas, as Juntas Comerciais não podem registrar atos relativos à redução de capital, transferência de controle, fusão, transformação e cisão total ou parcial de sociedades limitadas ou anônimas conforme as Instruções Normativas nº. 98 e 100 do DNRC, excetuada as microempresas e empresas de pequeno porte.

A Caixa Econômica Federal, além de permitir a emissão da CRF online, passou desde 2012 a exigir a utilização do seu “canal eletrônico Conectividade Social” através da rede mundial de computadores para diversos procedimentos, todos com a utilização de certificação digital ICP-Brasil. A nova Conectividade Social, por ser online, pode ser acessada através de qualquer computador e em qualquer lugar do mundo utilizando o token ou cartão com o e-CNPJ ou e-CPF.

Estão obrigados a aderir ao novo sistema todos aqueles que tenham que recolher FGTS, ou seja, toda a pessoa física ou jurídica que empregue algum trabalhador. É possível recolher o FGTS e transmitir o arquivo do Sistema Empresa de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social (SEFIP).

Observados os exemplos trazidos acima, é praticamente impossível pensar que um empresário ou pessoa física envolvida com atividades empresariais não utilize a internet, seja pelas facilidades oferecidas, seja pelas novas obrigações.

### **3.2.3 A Experiência no Poder Legislativo**

A Câmara dos Deputados e o Senado Federal são exemplos no poder legislativo da interação com a população através da internet, ambos não se

restringem a disponibilizar apenas a legislação já aprovada e que também é sujeita à publicação no diário oficial após a sanção presidencial.

Todos os projetos de lei em tramitação na Câmara dos Deputados ou no Senado Federal podem ser acompanhados em tempo real através dos respectivos sites e o cidadão pode se cadastrar em um sistema que envia e-mails informado quando há qualquer movimentação no projeto de lei selecionado. Isso confere efetiva publicidade aos atos decisórios das duas mais altas casas do poder legislativo. Além disso, ambas as casas oferecem serviços de ouvidoria online, por meio dos quais o cidadão pode tirar dúvidas ou dar sugestões, serviços esses que realmente funcionam.

### **3.2.4 A Experiência no Poder Judiciário**

Certamente a experiência mais bem sucedida de uso oficial da internet se deu não do âmbito dos poderes executivo ou legislativo, mas sim do poder judiciário: os chamados “Sistemas Push”.

Esse sistema já foi adotado por diversos tribunais do Brasil, incluindo o Supremo Tribunal Federal, o Superior Tribunal de Justiça, os Tribunais Regionais Federais e tribunais das justiças estaduais, inclusive o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro - TJRJ.

O “Push” permite que qualquer pessoa que nele se cadastre passe a receber de forma instantânea informações relativas à movimentação processual através de e-mail, por exemplo, toda vez que uma petição é juntada ou uma decisão é proferida o usuário recebe um e-mail avisando sobre tal movimentação.

Em alguns tribunais o sistema vai além da simples informação de andamento. No TJRJ, que adota o sistema push, variados serviços eletrônicos estão disponíveis para agilizar, desburocratizar e diminuir a utilização de papel pelo Poder Judiciário do Estado do Rio de Janeiro: (i) pré-cadastro de petição;

(ii) GRERJ eletrônica – possibilitando o preenchimento e emissão de guias para o pagamento de custas judiciais em formato eletrônico; (iii) cálculo de débitos judiciais; (iv) envio de petição por meio eletrônico com base na Lei 9.800/99; e (v) processo eletrônico.

Talvez o sistema push seja o mais interessante exemplo de uso oficial da internet por se aproximar da presente proposta, ele é um exemplo prático de novas possibilidades que podem ser aplicadas às publicações.

Nos faz vislumbrar a possibilidade de um sistema oficial que, após um cadastro feito pelo acionista ou credor, informe a ele automaticamente de novas publicações ou convocações para assembleias. Assim como no exemplo do processo digital, podemos imaginar que as publicações fiquem disponibilizadas na internet para visualização de todos os cidadãos, inclusive daqueles que foram avisados por e-mail sem terem que fazer um desgastante trabalho de busca em diversos jornais diariamente.

### **3.2.5 A Experiência no Registro do Comércio**

Como último exemplo da utilização da internet por órgãos oficiais está o registro do comércio, que amplamente vem utilizando recursos digitais para atender melhor os seus usuários e é também a experiência mais próxima ao tema do deste estudo.

O DNRC, órgão responsável por supervisionar todo o registro do comércio, estabelecendo normas e diretrizes gerais, dirimindo dúvidas, dentre outras atribuições, já disponibiliza em seu portal na internet um extenso conteúdo de pareceres, instruções normativas e leis. Todavia, isso não seria o suficiente para a modernização do registro do comércio e, por isso, em 28 de outubro de 2008, o DNRC editou a Instrução Normativa nº. 109, dispondo sobre normas gerais relativas aos procedimentos de registro e arquivamento digital e à utilização de tecnologia eletrônica nos serviços prestados pelo

registro do comércio. Na exposição das razões para a edição da IN 109 o DNRC demonstrou estar em consonância com o que temos exposto e defendido:

“CONSIDERANDO o constante **avanço da tecnologia** da informação;

CONSIDERANDO a necessidade do Registro público de Empresas Mercantis e Atividades Afins **garantir a publicidade, autenticidade, segurança e eficácia dos atos jurídicos do empresário** e das sociedades empresárias e também dos agentes auxiliares do comércio;

CONSIDERANDO o disposto no art. 10 da MP nº 2.200-2, que instituiu a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileiras – **ICP Brasil e conferiu a presunção de veracidade jurídica**, em relação aos signatários, do documento produzido por meio eletrônico certificado nos termos de tal diploma normativo;

CONSIDERANDO que a certificação digital confere aos documentos eletrônicos as seguintes garantias: autenticidade – garantia da identidade de quem o assinou digitalmente; integridade – garantia de que seu conteúdo não foi alterado; não-repúdio – garantia de que o signatário não pode negar a autoria da sua assinatura digital; e restrição de acesso – garantia de impedimento que pessoas não autorizadas possam utilizar o certificado digital de outrem;

CONSIDERANDO as **inúmeras vantagens** que a certificação digital pode oferecer:

- a) para os usuários: **comodidade e agilidade** na tramitação de documentos, **redução no prazo do registro e facilidade de acesso aos documentos** digitais registrados;
- b) para as Juntas Comerciais: **armazenamento de documentos digitais em meios mais seguros, custos menores para guarda**, conservação e impressão dos documentos armazenados eletronicamente, menos trânsito de papeis, liberação de pessoal para execução de tarefas mais produtivas do que o manuseio de papeis e **diminuição das possibilidades de fraudes** nos documentos registrados.” (grifo nosso)

Essa Instrução Normativa, ao longo dos seus 23 artigos, faculta às Juntas Comerciais a utilização de tecnologia eletrônica em seus serviços independentemente da coexistência com os meios tradicionais. Fica permitido a utilização de capa de processo/requerimento eletrônico, além de que diversos atos como os constitutivos, modificativos, extintivos, procurações, declarações e quaisquer outros documentos sujeitos à decisão colegiada ou singular, sejam elaborados e assinados por meio digital mediante a utilização de certificado digital reconhecido pelo ICP-Brasil. As decisões dos agentes singulares ou

colegiados também podem ser assinadas digitalmente, e após aprovado o processo ficaria disponível eletronicamente.

Embora as Juntas Comerciais ainda não tenham feito proveito integral das possibilidades trazidas pela IN 109, não sendo possível ainda fazer uma constituição ou alteração de uma sociedade limitada digitalmente, já existem exemplos de utilização de documentação e certificação digital.

A Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro – JUCERJA, ainda que discretamente, começou a utilizar a partir de primeiro de janeiro deste ano de 2012 alguns procedimentos digitais. Através da Deliberação JUCERJA nº. 52/2011, de 20 de outubro de 2011, determinou:

“Art. 1º - Fica estabelecido que, a partir de 1º de janeiro de 2012, toda emissão de guias para recolhimento de emolumentos desta JUCERJA, dar-se-á de forma “on line”, mediante acesso ao sitio de internet e posterior pagamento no Banco BRADESCO.

Art. 2º - A partir de 1º de janeiro de 2012, todos os requerimentos de certidão de atos de registro de comércio serão obrigatoriamente apresentados “on line”, mediante acesso ao endereço eletrônico <http://jucerja.rj.gov.br/Servicos/CertidaoOnline/>.”

Com isso a JUCERJA deu fim ao velho talão de guias para recolhimento de custas que antes eram comprados em papelarias. As custas passaram a ser recolhidas através de boleto emitido em seu website. Após a Deliberação nº 52 todas as certidões passaram a ter seus requerimentos e emissão feitos online, após o pagamento e deferimento da certidão ela fica disponível no website da JUCERJA em arquivo do tipo “pdf” para ser baixada. A certificação dos arquivos em “pdf” das certidões é feita através de certificação digital ICP-Brasil. Além disso, através da deliberação nº. 59, de 02 de maio de 2012, a JUCERJA determinou que deve ser preenchido um requerimento eletrônico na internet antes do arquivamento de quaisquer atos constitutivos, exceto para cooperativas.

Não obstante as iniciativas da JUCERJA, ela não é a Junta Comercial mais vanguardista do Brasil. A Junta Comercial brasileira com maior volume de arquivamentos, a Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP, vai mais longe do que a JUCERJA. Além dos mesmos serviços disponibilizados por esta, a JUCESP disponibiliza os seguintes serviços online gratuitamente: (i) pesquisa simples ou avançada de empresas; (ii) Ficha de Breve Relato; (iii) Ficha Cadastral completa ou simplificada; (iv) Cópia Digitalizada de Documentos Arquivados; (v) Certidão Simplificada, inclusive para filiais com sede em outra UF; (vi) Certidão Específica Pré-Formatada; (vii) Solicitação de Correção de Dados Cadastrais; e (viii) Agendamento de Atendimento Presencial.

## Capítulo 4 – Possibilidades de Mudanças - Publicações na Internet

A reflexão objeto do presente do trabalho inevitavelmente leva ao pensamento de possibilidades de mudanças na atual sistemática das publicações que possam torná-las mais eficientes, modernas, baratas e ambientalmente menos danosas.

Em alternativa ao cenário atual, o presente trabalho vem finalmente discutir essas novas possibilidades para que publicações se tornem mais efetivas na segunda década do século XXI, utilizando-se da maior ferramenta de comunicação e interação que temos disponível atualmente: a internet.

Nelson Eizirik concorda com essa possibilidade ao comentar o art. 289 da LSA sob a ótica das novas ferramentas trazidas pela evolução da comunicação digital:

“Nos termos do § 7º, as companhias abertas, além de publicar, no diário oficial e em jornal de grande circulação, as informações exigidas na 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, no futuro próximo, a publicidade das informações será feita apenas por meios eletrônicos, mais velozes, eficazes e com menores custos para as empresas.**” (Eizirik, 2011, 623p.).

Se são as publicações impressas matéria meramente conjuntural não é presunção, como seria há alguns anos atrás, concluirmos que a conjuntura mudou e que, portanto, já podemos pensar no curto prazo na internet como esse meio de divulgação das informações empresariais. As publicações empresariais na internet parecem questão de tempo.

O principal questionamento ao tratarmos da internet se dá quanto à forma de garantirmos a validade das publicações diante de tantas fraudes e pouca confiabilidade trazidas pelos crimes virtuais. Contudo, como vimos nos exemplos do direito comparado e principalmente nas práticas já vigentes de órgãos dos três poderes no Brasil, é possível implementar sistemas confiáveis. Para isso, já temos uma estrutura de certificação montada pelo ICP-Brasil que pode ser a grande aliada nesse desejável passo à frente do Direito Comercial. Nesse sentido, há meios de garantir o princípio da publicidade legal assegurado pelo caráter público do Diário Oficial que traz atualmente a presunção de conhecimento das publicações e caráter oficial a essas.

Ainda, quanto à necessidade da efetividade do princípio da publicidade, não restam dúvidas de que dentro da nova realidade da sociedade brasileira como um todo, e da classe empresarial em especial, a internet pode trazer uma maior efetividade, celeridade e dinamismo às publicações.

#### **4.1. Publicações Relativas a Documentos Societários em Geral**

Para a publicidade de documentos societários em geral, como balanços ou deliberações de redução de capital, incorporação, dentre outros, algumas possibilidades podem ser ventiladas como, por exemplo, as publicações serem feitas: (i) em versões eletrônicas, que não venham a ser impressas, nos diários oficiais e nos jornais de grande circulação; (ii) em áreas exclusivamente dedicadas às publicações nos sites das imprensas oficiais ou dos jornais de grande circulação; (iii) no site do DNRC, Junta Comercial, CVM (se companhia aberta) ou autarquia criada especialmente para esse fim, em área exclusiva do site.

Das três hipóteses acima a que parece melhor atender à validade e confiabilidade das publicações seria a utilização dos sites do DNRC, CVM Junta Comercial ou nova autarquia, pois esses órgãos lhe confeririam ainda

mais fé pública e não haveria o que questionar quando a vigência perante terceiros. Essas publicações seriam feitas mediante o pagamento de custas recolhidas em boletos e DARF como já acontece para o arquivamento de documentos societários. Por serem publicadas na internet, dispensando-se a impressão, as taxas cobradas seriam muito menores do que os atuais custos de publicação.

No caso da Junta Comercial isso pode inclusive refletir em uma sinergia no seu sistema de registro. Atualmente, para se registrar uma redução de capital na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro o procedimento é protocolar a ata da assembleia aprovando a redução em conjunto com a respectiva publicação e deve-se esperar cair em exigência por falta de decurso do prazo para oposição. Após o prazo de 90 dias no caso de sociedades limitadas (art. 184 do NCC) ou 60 dias no caso de sociedade por ações (art. 174 da LSA) para oposição de credores quirografários, com o processo em exigência, por mais incrível que pareça deve-se entrar na fila para retirar o processo em exigência imediatamente entrar na fila de entrada de processos para cumprir a exigência de decurso do prazo. Se a junta comercial fosse também o órgão responsável pela publicação, talvez tivéssemos um deferimento automático do processo após o prazo, o que seria bem mais inteligente.

Quanto à efetividade das publicações, as ferramentas de busca disponíveis online seriam de suma importância, pois é simples disponibilizar buscas pelo nome da empresa, CNPJ ou NIRE tornando assim a informação facilmente disponível aos interessados, tal tipo de busca já é fornecido por muitas Juntas Comerciais para emissão de certidões. Além disso, qualquer usuário poderia se cadastrar para sempre ser avisado de novas publicações de determinada empresa (de que seja sócio, credor ou interessado) como já ocorre com aviso de andamentos de projetos de lei e processos judiciais, o chamado “Sistema Push” que foi tratado no Capítulo 3.2.

De qualquer forma, se a opção fosse por manter as publicações nos Diários Oficiais e jornais de grande circulação, evitando assim a atribuição de novas competências aos atuais órgãos do registro do comércio e consequente inchaço da máquina pública, ainda restam as alternativas “i” e “ii”. A maioria dos grandes jornais inclusive já possuem versões digitais e poderiam facilmente criar áreas especiais em seus sites com as opções para busca e sistema de aviso já citados. Muitos dos jornais também tem versão para tablets e telefones celulares o que é fantástico do ponto de vista da facilidade de acesso. Essas alternativas também não gerariam um desequilíbrio econômico na receita desses veículos, pois embora fossem cobrar valores mais baixos pelas publicações digitais, teriam menos custos uma vez que não se gastaria tinta, papel e tempo de formatação para jornal.

#### **4.2. Publicações Relativas a Convocações**

Da mesma forma que as publicações dos documentos societários em geral, a publicação das convocações de acionistas e quotistas poderia ser feita mediante publicação na internet, independentemente do modelo sugerido adotado.

Entretanto, nesse caso parece ser fundamental a existência de um sistema de avisos eletrônicos instantâneos para convocação através de “sistema push”, em que o acionista ou quotista recebesse um e-mail ou mensagem informando que haverá uma assembleia, qual sua ordem do dia, local e data. Isso tornaria mais efetiva a convocação e aumentaria o poder de participação do acionista minoritário, que muitas vezes por falta de informação deixa de comparecer a assembleias importantes para o futuro da sociedade da qual detém uma pequena participação.

## Capítulo 5 – O projeto de Lei nº. 1572/2011 – O Novo Código Comercial

Considerando que o código comercial parcialmente em vigor é datado de 1850 e remonta ao tempo do Império, encontrando-se defasado pelas novas práticas comerciais e tecnologias, tendo sido em sua maior parte revogado por legislações posteriores, sobretudo pelo NCC de 2002, o que pulverizou a legislação comercial, inclusive sobre títulos de crédito, foi proposto pelo deputado federal Vicente Cândido (PT-SP) o Projeto de Lei nº. 1.572 de 2011 que institui o Novo Código Comercial.

Conforme despacho da mesa diretora da Câmara dos Deputados de 23 de março de 2012, por tratar-se de projeto de código, o PL 1.572/2011 está sujeito à análise por uma comissão especial que irá discutir seus 670 artigos e emitir parecer sobre o projeto.

A análise do PL 1.572/2011 é fundamental para esse trabalho, pois suas finalidades primordiais são idênticas às apresentadas ao longo desse estudo, como pode ser observado na justificação do projeto que dispõe:

“O terceiro e **principal objetivo da propositura** diz respeito à superação de lamentáveis lacunas na ordem jurídica nacional, entre as quais avultua a inexistência de preceitos legais que confirmam inquestionável **validade, eficácia e executividade à documentação eletrônica, possibilitando ao empresário brasileiro que elimine toneladas de papel**. Trata-se, portanto, de uma propositura que se justifica também sob o ponto de vista da **sustentabilidade ambiental**.” (grifo nosso).

Portanto, o projeto do Novo Código Comercial está em total consonância com o presente trabalho, não apenas pela visão dinâmica e moderna que propõe, mas também pela atenção aos custos ambientais que representaria a manutenção do atual sistema de publicações.

## 5.1. As Publicações no Novo Código Comercial e Demais Inovações

A promessa feita na justificação do PL 1.572/2011 é cumprida ao longo dos seus 670 artigos. As inovações apresentadas são louváveis e fundamentais para a continuidade do desenvolvimento da atividade empresarial no Brasil nesse momento tão pujante da nossa economia.

Os Artigos 36, 80, 83, 99 § 1º, 150, 251, 255, 257, 263, 266, 291 I e 660 tratam das publicações obrigatórias. Logo de cara o art. 36 inova:

“Art. 36. As sociedades empresárias de grande porte são obrigadas a publicarem as demonstrações contábeis **nos veículos eletrônicos** do Diário Oficial e de jornal de grande circulação” (grifo nosso).

O Art. 36 faz uma clara opção por uma das possibilidades propostas no Capítulo 4 acima, esse artigo fala apenas em veículos eletrônicos dispensando, portanto, a necessidade de publicação na edição impressa do Diário Oficial e dos jornais de grande circulação, bastando a publicação nos respectivos portais na rede mundial de computadores.

Os avanços apresentados no PL 1.572/2011 não são apenas quanto às publicações, ainda direcionado pelo seu compromisso ambiental e com o mundo dinâmico e digital dos negócios na atualidade o Novo Código Comercial prevê hipóteses em que determinados documentos poderão ser elaborados e mantidos apenas em arquivo digital, sem que tenham de ser impressos gastando papel, destaco os Ats. 138, 302 e 456 abaixo:

“Capítulo IV – Dos atos societários

Art. 138. Desde que certificadas as assinaturas no âmbito da Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil), os atos societários não podem ter a existência, validade, eficácia e registrabilidade negadas só pela circunstância de terem sido elaborados e mantidos em meio eletrônico

Art. 139. Os atos societários em suporte papel podem adotar a forma de instrumento público ou privado, à escolha dos sócios.

(...)

Art. 302. Desde que certificadas as assinaturas no âmbito da Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil), nenhum contrato empresarial pode ter sua validade, eficácia ou executividade recusada em juízo tão somente por ter sido elaborado e mantido em meio eletrônico.

(...)

Art. 456. Desde que certificadas as assinaturas no âmbito da Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil), nenhum título de crédito pode ter sua validade, eficácia ou executividade recusada em juízo tão somente por ter sido elaborado e mantido em meio eletrônico”.

As disposições dos artigos acima são um fantástico passo à frente no sentido de diminuirmos a utilização de papel que além de um grande impacto ambiental gera altos custos ao empresário com materiais e equipamentos de escritório para impressão. O Art. 138 e 139 deixam claro que os atos societários poderão ser mantidos digitalmente em arquivo eletrônico e o mesmo vale para os contratos empresariais e títulos de crédito, conforme os Arts. 302 e 456.

A dúvida quanto à validade de tais atos em razão da pouca confiabilidade dos arquivos digitais é afastada a partir do momento que há a exigência da utilização do sistema ICP-Brasil.

## **5.2. O Avanço e as Possibilidades Trazidas pelo Artigo 660**

Não obstante os artigos do PL 1.572/2011 que já foram comentados acima, a disposição mais interessante em sua abrangência potencial está no Artigo 660, que abre caminho para que, via decreto, o poder executivo crie regras que possibilitem que as publicações empresariais contábeis sejam feitas exclusivamente pela internet:

“Art. 660. Decreto do poder Executivo poderá estabelecer que a exigência de publicação, feita por lei ou por este Código, das demonstrações contábeis da

sociedade empresária ou do empresário individual que explora a empresa em regime fiduciário poderá ser atendida mediante a sua **disponibilização exclusivamente em veículos eletrônicos**, disciplinando a matéria” (grifo nosso)

Embora restrito às demonstrações financeiras o que o Art. 660 prevê é exatamente a reflexão a que o presente trabalho se propõe, ou seja, a possibilidade da publicação na internet seja feita não somente de forma complementar, mas sim exclusiva e também não necessariamente em no site de jornais impressos tradicionais ou das imprensas oficiais.

O Novo Código Comercial como um todo, e o Art. 660 em especial, podem representar um grande avanço no que tange às publicações empresarias, garantindo agilidade, eficiência e efetividade às publicações que passariam a ser vistas imediatamente pelo interessado, de maneira fácil, e sem um impacto ambiental considerável.

O decreto de que trata o Art. 660 pode prever a publicação no site da própria empresa, se houver; no website da imprensa oficial local e jornal de grande circulação em área específica para publicações; ou ainda, para garantir assim maior validade, que essas publicações sejam feitas no site do DNRC, CVM, Juntas comerciais ou órgão especial a ser criado especialmente para esse fim.

## CONCLUSÃO

Diante do que foi exposto ao longo desse trabalho, fica evidente que o atual sistema de publicações obrigatórias de atos das sociedades empresárias não atinge a sua principal finalidade: informar as partes interessadas.

Esse sistema, ao utilizar os Diários Oficiais e jornais de grande circulação que não são de grande circulação, além de não conferir efetividade ao princípio da publicidade, gera custos muito grandes para as sociedades empresárias considerando os altos valores cobrados pelas publicações.

Além disso, as publicações em papel geram toneladas de lixo diariamente e fomentam uma cadeia poluidora desnecessária que vai em sentido oposto aos anseios da sociedade brasileira contemporânea, que claramente deseja caminhar rumo ao desenvolvimento sustentável.

Essa mesma sociedade está cada vez mais utilizando os meios de comunicação digital através da rede mundial de computadores, que ganha força com a distribuição de renda e a consequente inclusão digital.

Diversas esferas e órgãos do governo, atentos a essas mudanças na sociedade e nos meios de comunicação, já adotam amplamente serviços na internet, muitos deles obrigatórios, ficando evidente a tendência da ampliação do uso da internet em caráter oficial.

Diante disso, surge a possibilidade de reduzirmos a ineficiência e os custos financeiros e ambientais das publicações através da utilização da internet em substituição do atual modelo de publicações impressas em papel nos Diários Oficiais e jornais de grande circulação. Isso possibilitaria acesso rápido, fácil e imediato as publicações em qualquer lugar do Planeta Terra.

Conforme mencionado por Nelson Eizirik, o meio utilizado para se dar publicidade aos atos empresariais é matéria conjuntural e, analisando a atual

conjuntura da sociedade e dos meios de comunicação, parece questão de tempo para que as publicações migrem do papel para a internet.

O Direito Comercial não pode abdicar de sua natureza dinâmica e moderna, o que não está refletindo nas publicações impressas.

Portanto, o presente trabalho em sua reflexão sobre o cenário atual das publicações e as novas possibilidades para sua efetividade pode ser resumido no seguinte questionamento: para que atrasar aquilo que já sabemos ser o futuro?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORBA, José Edwaldo Tavares. *Direito Societário*, 11ª Ed., Rio de Janeiro: Renovar, 2008. 576p.

EIZIRIK, Nelson. *A Lei das S/A Comentada*, vol. III, São Paulo: Quartier Latin, 2011. 640p.

REQUIÃO, Rubens. *Curso de Direito Comercial*, 2º volume, 28ª Ed., São Paulo: Saraiva, 2011. 839p.

CARVALHOSA, Modesto. *Comentários à Lei de Sociedades Anônimas*, vol. 4, Tomo II, São Paulo: Saraiva, 2003. 521p.

CARVALHOSA, Modesto. *Comentários à Lei de Sociedades Anônimas*, vol. 4, Tomo II, São Paulo: Saraiva, 1998. 542 p.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial*, São Paulo: Saraiva, 2002. V. 2. 530p.

BULGARELLI, Waldirio. *Direito Comercial*, 14ª Ed., São Paulo: Atlas, 1999. 277 p.

JÚNIOR, Waldo Fazzio. *Manual de Direito Comercial*, 6ª Ed., São Paulo: Atlas, 2005. 819 p.

IBOPE. *Número de Brasileiros com acesso à internet chega a 79,9 milhões.* Disponível em

<[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home\\_materia&db=caldb&docid=9725B59E0CD6FC43832579DC005A03D9](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=9725B59E0CD6FC43832579DC005A03D9). Acesso em 23 de abril de 2012.

UNICAMP, Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo. *Tempo de Degradação dos Materiais*. Disponível em [http://www.fec.unicamp.br/~crsfec/tempo\\_degrada.html](http://www.fec.unicamp.br/~crsfec/tempo_degrada.html). Acesso em 04 de maio de 2012.

EXAME, Editora Abril. *Ibope diz que brasileiros estão preocupados com ambiente*. Disponível em <http://exame.abril.com.br/economia/meio-ambiente-e-energia/noticias/pesquisa-do-ibope-diz-que-brasileiros-estao-mais-preocupados-com-o-meio-ambiente>. Acesso em 05 de maio de 2012.

VEJA, Editora Abril. *Brasil é 2º país com mais usuários no Facebook, diz site*. Disponível em <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/brasil-e-2o-pais-com-mais-usuarios-no-facebook-diz-site>. Acesso em 12 de maio de 2012.

IMPrensa NACIONAL. *A Imprensa Nacional*. Disponível em <http://portal.in.gov.br/imprensa1/a-imprensa-nacional>. Acesso em 19 de maio de 2012.

IMPrensa OFICIAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *História*. Disponível em <http://www.ioerj.com.br/>. Acesso em 19 de maio de 2012.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. *Certidões*. Disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/Grupo2/Certidoes.htm>. Acesso em 19 de maio de 2012.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. *Conectividade Social ICP*. Disponível em [http://www.caixa.gov.br/fgts/conectividade\\_social\\_icp.asp](http://www.caixa.gov.br/fgts/conectividade_social_icp.asp). Acesso em 19 de maio de 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. Disponível em <http://www.iti.gov.br/twiki/bin/view/Main/WebHome>. Acesso em 21 de maio de 2012.

ASIC. *ASIC Gazette and Business Gazette*. Disponível em <http://www.asic.gov.au/gazettes>. Acesso em 27 de maio de 2012.