

**SINOPSE DE CASE: O PAGAMENTO DOS HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS NO  
PROCESSO DE FALÊNCIA  
CURSO DE DIREITO – 6º PERÍODO  
DISCIPLINA: RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS  
PROF<sup>(a)</sup>: HUMBERTO OLIVEIRA**

*Karla Alessandra Salim Magluf Marques*[1]

*Humberto Oliveira*<sup>2</sup>

### **1. DESCRIÇÃO DO CASO:**

A empresa TEUTO EMPREENDIMENTOS LTDA, teve suas atividades iniciadas no ano de 1863 no mercado brasileiro, com o passar das gerações da família WHEISSFURDHER, quando chegou na terceira geração, seus credores entraram com pedido de falência devido a falta de cumprimento com as obrigações pré-estabelecidas.

A falência foi requerida em 1999 pelos credores insatisfeitos e decretada por sua vez no mesmo ano pelo órgão responsável. Com a arrecadação dos bens e venda, registrou-se algum fundo financeiro para quitar o pagamento dos credores. A ZUÑIGA ADVOGADOS ASSOCIADOS ao saber do fato, resolveu impugnar o Quadro Geral dos credores para reformular a classificação do seu crédito para a classe de trabalhistas. A questão central a ser estudada é saber se você como juiz recolocaria o quadro Geral de credores, estabelecendo ZUÑIGA ADVOGADOS ASSOCIADOS como prioridade.

### **2. DECISÕES POSSÍVEIS:**

A) Sim, é possível que a reclassificação da ZUÑIGA ADVOGADOS ASSOCIADOS como prioridade no Quadro Geral de credores;

B) Não há possibilidade de reclassificar a ZUÑIGA ADVOGADOS ASSOCIADOS como prioridade no Quadro Geral de credores;

### **3. IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DO CASO:**

A) Sim, é possível que a reclassificação da ZUÑIGA ADVOGADOS ASSOCIADOS como prioridade no Quadro Geral de credores;

Partindo da análise do princípio da vulnerabilidade do consumidor que proíbe práticas abusivas, podemos verificar no artigo 39, inciso IV do Código do Consumidor que:

**“Art. 39, IV: é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos e serviços. ”**

Partindo da análise desse artigo e do princípio da vulnerabilidade do consumidor é crucial que se aplique a Resolução numero 163/2014 de forma que a mesma tem o propósito de garantir a proteção aqueles que não possuem conhecimento pleno a

respeito das propagandas, publicações públicas quanto aos produtos fornecidos. A resolução 163/2014 expõe que a propaganda se torna abusiva quando:

“o direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente se torna abusivo quando tem a intenção de persuadi-los “para o consumo de qualquer produto ou serviço, e utilizando-se, entre outros, dos seguintes aspectos: linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de crianças; representação de criança; pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; personagens ou apresentadores infantis; desenho animado ou de animação; bonecos ou similares; promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelo ao público infantil; e promoção com competição ou jogos com apelo ao público infantil”. (RESOLUÇÃO 163/2014)

Mediante os inúmeros debates a respeito da aplicação da Resolução 163/2014, fora criado um Fórum Prioridade Absoluta responsável pela aplicação do artigo 227 que prevê: “é dever da família, da sociedade e do Estado a criação da criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito a vida, a saúde, a alimentação, a educação, ao lazer, a profissionalização, a cultura, a dignidade, ao respeito, a liberdade e a convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão”. Esse fórum por sua vez de acordo com a reportagem do Instituto C&A visa: informar, sensibilizar e mobilizar as pessoas, especialmente operadores do direito, para que sejam defensoras e promotoras dos direitos das crianças nas suas comunidades, abordando o tema como prioridade absoluta. Para tanto, o projeto atua em quatro eixos: educação, espaços públicos, mídia e comunicação e sistema de direitos.

“O Prioridade Absoluta é uma iniciativa do Instituto Alana criada para dar visibilidade e contribuir para a eficácia do artigo 227 da Constituição Federal, que coloca as crianças em primeiro lugar nos planos e preocupações da nação.” (Disponível em: )

De acordo com Diego Medeiros, o mesmo afirma que o CONANDA ligado a Secretaria de Direitos Humanos do Ministério da Justiça funciona como uma instância com participação no poder normativo. E que mais que não possuam função de criar leis, suas resoluções possuem poder de lei. E mediante a fraca normativa na legislação federal criou-se uma resolução que garantisse a especificação das práticas abusivas feitas pelos fornecedores para os adolescentes e crianças, visto que cabe a eles a proteção desses indivíduos.

Outro ponto a favor da aplicação da resolução 163/2014 que fora discutido no debate fornecido pelo Instituto Alana, que por sua vez visa encontrar mecanismos que honrem os direitos das crianças e dos adolescentes, foi a grande discussão que essa resolução vem sofrendo nas instâncias judiciais.

**“O Instituto Alana é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que trabalha para encontrar caminhos transformadores que honrem a criança. Para tanto, atua em um amplo espectro em busca de garantir condições para a vivência plena da infância, fase essencial na formação humana. A instituição é reconhecida por seu engajamento a favor da proibição da publicidade voltada para crianças.” (Disponível em:**

**Um dos debatedores, Clóvis de Barros Filho professor de ética da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) afirmou que o que se discute quanto as praticas abusivas de publicidade é a ética e dessa maneira a ética deve ser estudada mediante argumentações e não existir um rol taxativo do que se pode ou do que não se pode fazer. Ainda alegou também que por se tratar de um assunto muito recente, não e possível buscar apoio de filósofos antigos, e preciso debater o presente e garantir o direito de todos de maneira igual, justa e da forma mais ética possível.**

**Dessa forma pode-se observar que a Resolução 163/2014 não tem como objetivo ferir e nem ir contra a Constituição Federal, mas sim, buscar mecanismos judiciais que garantam que sejam proibidos publicidade para menores (adolescentes e crianças) com caráter abusivo e que visam persuadi-los devido sua falta de informação ou ate de capacidade de discernir realidade e ficção.**

**B) A Resolução nº 163/2014 do CONANDA não atende a legislação consumerista protegendo os interesses das crianças e adolescentes e ainda viola atividade publicitária**

**Inicialmente, é importante destacar que a Resolução nº 163/2014, tem como objetivo vetar as práticas abusivas de publicidade para com as crianças e adolescentes de todo o país. A resolução em estudo, visa proibir toda e qualquer comunicação e publicidade voltada para o público infantil, alegando que tal rigorosidade está ligada a proteção do adolescente e da criança.**

**Partindo de uma análise prévia do que vem a ser a resolução 163/2014 pode-se verificar que de acordo com o autor Nery Junior, que essa resolução tem caráter inconstitucional, visto que fere a Constituição federal e seu principio da legalidade que afirma no seu artigo 5º, inciso II: "ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma senão em virtude lei". De acordo com o autor Hely Lopes Meirelles:**

**“a legalidade, como princípio de administração, significa que o administrador público está, em toda sua atividade funcional, sujeito aos mandamentos da lei, e às exigências do bem comum, e deles não se pode afastar ou desviar, sob pena de praticar ato inválido e expor-se à responsabilidade disciplinar, civil e criminal, conforme o caso.”**

**Assim, pode-se observar que não se pode proibir uma conduta lícita, visto que é garantido pelos direitos de liberdade de expressão e livre iniciativa, a conduta do publicitário seja para o público infantil ou adulto que visa publicitar ou comunicar produtos, mediante uma resolução que não cabe força de lei.**

Diante disso, pode-se confirmar que para que haja proibição de qualquer forma de publicação ou comunicação pública seja para o público infantil como adulto, tem que ser mediante Lei Federal e não por caráter de resolução. É importante também expressar que é pacífico o posicionamento do STF e do STJ quando afirmam que a resolução só possui força de lei, quando esta vinculada a uma lei. Dessa forma, a Resolução em estudo, não se vincula a uma lei, o que pode nos remeter ao fato de a mesma ferir a Constituição federal, indo contra o inciso II do artigo 5º da CF.

Outro ponto a ser levantando é o ferimento ao princípio da livre iniciativa e a liberdade de expressão, visto que é garantido constitucionalmente a liberdade de criação, de produção, comunicação publicitária, desde que não possuam caráter abusivo, que o próprio Código do Consumidor prevê no seu artigo 39. Assim, para que haja um controle das publicidades e comunicações direcionados ao público infantil é importante verificar as condições que o Código do Consumidor prevê e inclusive pelo apoio do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR), que tem como função:

"O primordial escopo do CONAR é zelar pela ética e pela liberdade de expressão no setor e, atualmente, o Conselho lida com tensões geradas por propagandas cada vez mais problemáticas, como cigarros, bebidas alcoólicas e produtos para crianças. Não é órgão de defesa do consumidor, mas ente privado do setor de publicidade. Seus mecanismos de controle, aliados à auto-regulamentação das propagandas mostram-se eficientes para evitar prejuízos, suspendendo publicidade ofensiva. Nada obstante, o Ministério Público também possui legitimidade para demandar do Judiciário a cessação de propagandas abusivas."  
(COSTA, Rafael -A auto-regulamentação do mercado).

Assim, pode-se concluir que é extremamente importante preservar os direitos das crianças e dos adolescentes, porem conforme o autor NERY JUNIOR afirma, o Brasil já possui mecanismos jurídicos para garantir uma publicidade baseada na ética, honestidade e de forma que todos os consumidores possam absorver todas as informações de maneira clara.

"Não há dúvida sobre a importância de proteção da criança, como indivíduo vulnerável e em desenvolvimento. No entanto, o Brasil já possui sistema eficaz de controle *misto* da publicidade, em plena consonância com as previsões constitucionais, destinado a verificar se determinados casos concretos se aproveitam da deficiência de julgamento e experiência da criança. No âmbito infraconstitucional, o Código de Defesa do Consumidor proíbe a publicidade abusiva, que explore a vulnerabilidade infantil, bem como há legislação específica que regulamenta a comercialização de determinados produtos, como a L. 11.265/2006 a qual dispõe sobre alimentos para

**lactentes e crianças de primeira infância. " (JUNIOR, Nery - A inconstitucionalidade da Resolução numero 163/2014)**

**Referências:**

**BENJAMIN, Antônio Herman V. et. al. Manual de direito do consumidor. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora RT**

**COSTA, Rafael. A auto-regulamentação do mercado CONAR e CENP. Disponível em: Acesso em: 28 de setembro de 2014.**

**FORUM PRIORIDADE ABSOLUTA. Disponível em: Acesso em: 28 de setembro de 2014**

**JUNIOR, Nery. A inconstitucionalidade da Resolução/CONANDA nº163/2014 que dispõem sobre publicidade infantil. Disponível em: Acesso em: 28 de setembro de 2014.**

**PIRES, VITOR. Administracao publica: principio da legalidade. Disponível em: < <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/7643/Administracao-Publica-principio-da-legalidade>> Acesso em: 28 de setembro de 2014.**

**Resolução do CONANDA sobre publicidade infantil é tema de debate. Disponível em: Acesso em: 28 de setembro de 2014.**

**[1] Aluna do 6º Período do Curso de Direito, da UNDB.**