

O novo Código Comercial e o mercado

Ivanildo Figueiredo

Doutor em Direito. Professor da Faculdade de Direito do Recife, da Universidade Federal de Pernambuco. Tabelaio.

Tramitam hoje no Congresso Nacional dois projetos de Código Comercial: o PL 1572/2011, na Câmara dos Deputados, e o PLS 487/2013, no Senado Federal. Ambos os projetos têm por finalidade restaurar e modernizar o sistema de regulação das empresas mercantis e, por consequência, revogar o regime anacrônico e defasado do direito empresarial brasileiro instituído pelo Código Civil de 2002, diploma legal distante, no tempo e no espaço, da realidade brasileira, porque inspirado no Código da Itália de 1942.

O debate científico que hoje vem sendo travado pelos juristas, advogados, operadores do direito e também pelas entidades do empresariado, procura responder à seguinte pergunta: demonstra-se realmente necessário a edição de um novo Código Comercial, destinado à regulação especial das relações mercantis das empresas? Além dessa análise da oportunidade e utilidade de um Código Comercial, cabe indagar, também, de que modo essa mudança na legislação irá impactar, positiva ou negativamente, na atuação das empresas no mercado, isto em face de possíveis dificuldades ou entraves jurídicos relacionados com a regularização formal do empresário ou da sociedade comercial. Assim, por exemplo, os problemas hoje verificados com o registro e arquivamento dos atos das empresas nas Juntas Comerciais, ficarão ainda mais agravados e complicados? O Brasil permanecerá sendo, como avaliado no último relatório de 2015 do Banco Mundial, o 174º pior país, entre 189 países do mundo, no critério da burocracia e exigências para a abertura de empresas?

Na discussão desses problemas, cabe partir da constatação de que a regulação do direito de empresa pelo Código Civil de 2002 revelou-se um regime artificial, desconectado da realidade e contraditório nos conceitos e no tratamento das categorias jurídicas existentes na atividade econômica e na prática mercantil. A regulação do direito empresarial sob o regramento conservador do Código Civil de 2002, representou e ainda representa uma das maiores atrocidades legislativas cometidas nos últimos séculos no Brasil, porque descaracterizou a lógica e os princípios históricos do nosso sistema comercial.

Como demonstração dessa desconexão histórica do Código Civil diante da prática e dos costumes mercantis, verificamos, por exemplo, que as sociedades comerciais passaram a ser denominadas, por esse Código, sob o título de sociedades empresárias. Esse conceito, sociedade empresária, é totalmente desconhecido na secular formação consuetudinária do direito comercial, sendo fruto da criação artificial do legislador. A construção secular do direito comercial sempre refletiu a evolução dos usos e costumes

mercantis, das práticas comerciais, posteriormente positivadas pelo legislador. A sociedade de fins econômicos e lucrativos sempre foi designada como sociedade comercial ou mercantil, como consagrada na Lei das Sociedades por Ações: “Qualquer que seja o objeto, a companhia é mercantil e se rege pelas leis e usos do comércio” (Lei 6.404/1976, art. 2º, § 1º).

Uma corrente doutrinária minoritária ainda contesta e posiciona-se contra o Projeto de Código Comercial. Essa corrente alega que o mercado não precisa de mais leis para sua regulação, e que as leis existentes são suficientes para reger as relações comerciais das empresas. Segundo esses doutrinadores, de oposição ao novo Código Comercial, no atual momento de crise econômica, inclusive crise de decomposição moral, deveríamos, antes, tentar restaurar a ética do mercado, recusando a intervenção de um Estado maculado pela política clientelista e corrupta nas suas relações com o setor privado.

O mercado, sem sombra de dúvidas, é muito maior do que o Estado, porque estrutura-se e funciona, desde a origem da civilização, a partir das relações econômicas e das demandas reais da sociedade. O Estado deveria, nessa lógica, submeter-se às necessidades da coletividade e dos agentes econômicos, e não o contrário. No atual quadro de crise e de defasagem regulatória, o projeto de Código Comercial representa, sem embargo, o mais importante instrumento legal disponível para a restauração do sistema de direito comercial brasileiro, a começar pela supressão necessária do regime antimerkantilista imposto, artificialmente, pelo Código Civil de 2002.

Essa restauração do nosso sistema de direito comercial representará, nas palavras de Arnoldo Wald, o próprio “renascimento do direito comercial”, na medida em que a edição de um novo Código Comercial deverá restabelecer o “justo equilíbrio entre liberdade empresarial e regulação legal” (Sem segurança jurídica não há progresso econômico e social, Revista Eletrônica Consultor Jurídico, 18/04/2015).

Para o empresário, a fixação de regras claras, objetivas e inteligíveis na regulação dos seus negócios, e a previsibilidade de resultados, revelam-se muito mais importantes do que qualquer debate acadêmico sobre a interpretação de normas, conceitos legais e filigranas jurídicas. A aprovação de um novo Código Comercial, segregado das disposições generalistas do Código Civil, é absolutamente relevante e necessária, porque dirige-se ao mercado, aos empresários, e seu objetivo principal é reestabelecer e resgatar princípios e regras claras que devem ser observadas nas relações econômicas e nos contratos empresariais, sempre dirigidas, de acordo com a lógica natural do mercado, à eficiência e à lucratividade das empresas.

(Artigo publicado no Valor Econômico, Caderno Legislação, de 02/08/2016)

<http://www.valor.com.br/legislacao/4655091/o-novo-codigo-comercial-e-o-mercado>