



Oswaldo de Moraes Bastos Sobrinho  
Alaor de Lima Filho  
Eduardo Garcia de Araujo Jorge  
Horacio Bernardes Neto  
Maria Regina Mangabeira Albernaz Lynch  
Roberto Liesegang  
Márcio Monteiro Gea  
Michael Altit  
Henrique de Rezende Vergara  
Cecilia Vidigal Monteiro de Barros  
Denise de Sousa e Silva Alvarenga  
Marcio Marçal F. de Souza  
André Luiz de Lima Daibes  
Antonio Joaquim Pires de C. e Albuquerque  
Andrea de Moraes Chieregatto  
Camila Spinelli Gadioli  
Patrícia Lynch Pupo  
Mariana Martins Ribeiro  
Ana Carolina Crepaldi de A. Penteado

Pedro Schiesser Bernardini  
Fernando Stacchini  
Renata Ciampi  
Jorge Celso Fleming de Almeida Filho  
Marcelo Moura Guedes  
Guilherme Henrique Traub  
Bruno Valladão Guimarães Ferreira  
Pedro Pereira Lopes  
Gustavo Goiabeira de Oliveira  
Maria Alice Doria  
Rodrigo Jacobina  
André Gondinho  
Rodrigo Rodrigues  
Claudia Domingues Santos  
Diogo Dias  
Fernanda Lopez Marques da Silva  
Caio Lages Balestrin de Andrade  
Paula Beeby Monteiro de Barros Bellotti  
Isabela Cunha Marques

Georges Eduardo Capps Minassian  
Antônio José Dias Ribeiro da Rocha Frota  
Carolina Mafra Mendeleh  
Thais de Almeida Travanca  
Andrei Maurício de Andrade  
Lucas Simões de Andrade  
Henrique de Carvalho Lopez  
Alice de Almeida Lima  
Mariana Berardinelli Vieira Braz Gonçalves  
Emerson Soares Mendes  
William Duarte Almeida  
Márcia Isabel Prestes  
Wellington Antunes da Maia  
Luana Maciel Pinheiro Dantas  
  
Consultor:  
Durval Soledade

EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA VARA EMPRESARIAL DA COMARCA DA CAPITAL DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

**GRERJ ELETRÔNICA Nº10111981168-47**

**EDITORA O DIA LTDA.**, sociedade empresária limitada regida pelas disposições da lei 10.406/2002 (“Código Civil”), demais normativos complementares e seus atos constitutivos (**Anexo 1**), inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (“CNPJ”) sob o número 33.216.797/0001-18, com atos sociais devidamente registrados na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (“JUCERJA”) sob o número NIRE 33.3.0015933-9, com sede na Rua dos Inválidos número 198, Centro, cidade e estado do Rio de Janeiro, CEP 20231-092 (correio eletrônico [alice.lima@mottafernandes.com.br](mailto:alice.lima@mottafernandes.com.br)) vem, por seus advogados, consoante instrumento procuratório anexo (**Anexo 1**), propor

### **PEDIDO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

com arrimo nos artigos 47 e seguintes da Lei 11.101/2005 e 273 do Código de Processo Civil (“CPC”), consoante os argumentos de fato e de direito que passa a dispor.

**RJ:** Av. Almirante Barroso, 52, 13º andar  
Rio de Janeiro, RJ  
CEP: 20031-000  
**+55 21 2533.2200**

**SP:** Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1327, 20º andar  
São Paulo, SP  
CEP: 04543-011  
**+55 11 2192.9300**

## I – Do Histórico da Requerente

1. A história da imprensa oficial inscrita no Brasil remonta à chegada da Família Imperial no Brasil em 1808 com a criação da Imprensa Nacional em maio daquele ano. Desde aqueles tempos, a imprensa escrita passa a cumprir um papel de relevante serviços à sociedade, propagando a cultura, as evoluções da ciência, as revoluções sociais, econômicas e políticas. Durante praticamente dois séculos foi um dos principais meios de divulgação de informação e conhecimento para o povo brasileiro, vindo a perder sensível espaço com o avanço tecnológico dos meios de propagação de conteúdo, capitaneado, notadamente, pelo crescimento da rede mundial de computadores (“Internet”).

2. No período de embrionária redemocratização pós Estado Novo (1937-1945), nasce em 5 de junho de 1951, concebido pelo, à época, deputado Chagas Freitas, que viria a ser governador da Guanabara anos depois, o Jornal O Dia. Era a princípio um jornal compacto que rapidamente alcançou grande circulação, não só pelo estilo, mas por ser o primeiro periódico matutino a chegar às bancas, geralmente antes da meia-noite. Contratado pelo jornal, o repórter político Villas-Boas Correia, passou a cobrir a Câmara dos Deputados e o Senado de forma diferente da crônica política dos matutinos da época, quando surgiu a seção “Comandos Parlamentares” na qual deputados e senadores, acompanhados do jornalista, realizavam visitas de fiscalização a órgãos do governo. Dessa forma, rapidamente, o jornal cresceu, e já em 1954, segundo pesquisas do IBOPE era o líder de venda dos jornais em banca no Rio de Janeiro, então Distrito Federal.<sup>1</sup>

3. Em 1964, O Dia passou a circular aos domingos com mais 4 cadernos, e suas vendas continuaram a crescer, embora ainda um jornal que não abraçava diretamente as teses

---

<sup>1</sup> Dia, O – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – Fundação Getúlio Vargas – FGV CPDOC (acessado em 10/01/2008) – Leal, Carlos Eduardo, Sandroni, Cícero e Bastos, Ana Flávia FONTES: BRANDÃO, L. *Jornal O Dia; Dia*; INF. ARI CARVALHO; INF. MAGDA DE ALMEIDA; INF. RUTE DE AQUINO; INF. VILAS-BOAS CORREIA; *Rev. Comun.* (1987 e 1995); SANDRONI, C. *Quarenta; Portal O Dia Comercial* (<http://www.odiacomercial.com.br/>; acessado em 15/10/2009); *Portal Imprensa* (<http://portalimprensa.uol.com.br/>; acessado em 15/10/2009); *Portal M&M Online* (<http://www.mmonline.com.br/>; acessado em 15/10/2009);



populares. Mais para o final da década de 60, foi alterando sua feição gráfica para um jornal mais aberto, embora fosse limitado pela censura e mantivesse uma proximidade com o governo Chagas Freitas.

4. Em 1983 o jornal e todas as empresas do grupo, foram vendidas por Chagas Freitas ao consagrado jornalista Ary de Carvalho, quando a circulação do jornal em bancas atingia cerca de 180 mil exemplares em dias úteis e 300 mil aos domingos.

5. Assumindo as decisões sobre o jornal, e após uma pesquisa feita no Rio e Grande Rio para conhecer melhor o perfil do leitor, Ary de Carvalho resolveu por alterar o formato gráfico do jornal para que a leitura fosse ainda mais atraente. Foram contratados novos colunistas e as manchetes e assuntos da primeira página passaram a ter um conteúdo mais eclético, o que resultou no aumento de 20% nas vendas do jornal. De acordo com artigo constante do Centro de Pesquisas e Documentação da História Contemporânea do Brasil da Função Getúlio Vargas<sup>2</sup>:

Na edição de 11 de abril de 1984 O Dia anunciava em manchete: “O Rio parou pelas eleições diretas.” O noticiário sobre as manifestações populares a favor do pleito direto estendia-se por várias páginas. No dia 15 de janeiro de 1985, a manchete foi “Brasil elege Tancredo” e em 22 de abril, “Tancredo morreu”. Em agosto de 1987, o jornalista Dácio Malta assumiu a direção do jornal, levando com ele Oriovaldo Perin e Eucimar de Oliveira. A nova equipe pretendia melhorar o padrão jornalístico, retirando o acessório e acrescentando informações e serviços para o leitor e sua família.

A mudança do primeiro caderno estendeu-se ao segundo, que no correr da década de 1980 passou a apresentar matérias e colunas voltadas para as áreas de arte, divertimento, lazer, cultura e serviços, destinadas a conquistar novos leitores. No dia 3 de junho de 1988, o Caderno D passou a diário, com o título O Dia D, em tamanho standard, separado do Jornal da Televisão, que continuou saindo aos domingos em formato tablóide. Entre os colaboradores, Rubem Braga, Artur da Távola, Sérgio Cabral, Raquel de Queirós, Carlos Eduardo Novais e Fernando Gabeira. A nova proposta

---

<sup>2</sup> Ibidem



editorial agradou os leitores e as vendas continuaram em franca ascensão.

(...)

Em setembro de 1990 lançou o Caderno de Automóveis, com 32 páginas em formato tablóide. Em 1991 a direção do jornal foi entregue a Marcos de Sá Correia e de sua equipe participaram Francisco (Xico) Vargas, Rui Xavier e Rute de Aquino. Em 1992, Eucimar de Oliveira substituiu Sá Correia. Naquele ano a empresa inaugurou sua nova sede industrial localizada na avenida Suburbana, em Benfica, em terreno de 40 mil metros quadrados e área construída de 11 mil metros quadrados, dividida em cinco módulos, um dos quais para 14 unidades de máquinas rotativas offset

6. Em 05 de junho de 1991 o jornal apresentou sua primeira edição em cores, em comemoração aos 40 anos de existência. A edição comemorativa tinha 62 páginas, com um média diária de circulação de 320 mil exemplares de segunda a sábado e 450 mil aos domingos. Na década de 90 o jornal contava com importantes colunistas e colaboradores, tais como Millôr Fernandes, Paulo Coelho, Aldir Blanc e Nélida Piñon. O jornal não parava de crescer<sup>3</sup>:

No biênio 1997/1998 *O Dia* investiu 40 milhões de dólares no parque industrial, dos quais dez milhões em tecnologia de informação, alcançando assim a capacidade de imprimir seiscentos mil exemplares nos dias úteis e um milhão aos domingos, meta prevista para o ano 2000. No último domingo de maio de 1998, a venda do jornal atingiu 860 mil exemplares e naquele mês a média de venda nos dias úteis foi de 350 mil exemplares.

Foi inaugurada no dia 4 de novembro de 1999 a nova redação do jornal. O investimento total anunciado pela empresa foi de US\$ 6 milhões, entre obras e tecnologia, e fazia parte da estratégia do grupo de se transformar em provedor de conteúdo para jornal, rádio, Internet e televisão. Ainda segundo sua diretoria, a agilidade gerada pelo novo processo da redação, sobretudo em relação à redução do tempo de fechamento do jornal e dos custos operacionais, permitiria uma economia mensal de R\$ 2 milhões, segundo cálculos da própria empresa.

---

<sup>3</sup> Ibidem

7. Em 2003 o jornal apresentava de lucro, em seu balanço anual, 14 milhões de reais, sendo o faturamento divulgado de R\$ 205 milhões com o crescimento de cerca de 7% de receita relativo ao ano anterior. Em 2006, para enfrentar a concorrência em um segmento específico do mercado, foi lançado o periódico *Meia Hora*, que rapidamente alcançou 200 mil exemplares/dia.

8. Como todo período, o jornal buscava constante inovação, valendo citar que<sup>4</sup>:

Chegou às bancas no dia 2 de abril de 2006 um novo jornal O Dia, totalmente reformulado graficamente e com muitas novidades editoriais. O novo jornal ampliou o número de colunistas, passou a contar com um leque maior de colaboradores nos artigos e deu mais espaço para as cartas dos leitores. Entre os novos nomes que passaram a assinar colunas no DIA estavam Ricardo Boechat, Luís Nassif, Milton Cunha, Ricardo Noblat, Marcelo Rubens Paiva, Dácio Malta e Teixeira Heizer.

Com a série de reportagens "Aids - violência, discriminação e descaso", os repórteres do Jornal O Dia Jorge Carrasco e Pâmela Oliveira foram os grandes vencedores do IV Prêmio Alexandre Adler de Jornalismo em Saúde, concedido no dia 27 de setembro de 2006.

9. A proposta do Jornal O Dia sempre foi a produção de conteúdo e divulgação de informação e cultura ao povo da cidade e estado do Rio de Janeiro de forma direta, objetiva e acessível, universalizando o acesso à informação, libertando a notícia de amarras pseudo intelectuais; o Jornal O Dia sempre teve como norte a população sem distinção de classe social, sem distinção se da zona norte, sul ou do subúrbio, sempre foi um jornal acessível, seja em seu preço, seja em seu conteúdo.

10. Essa é a política editorial do Jornal O Dia: de inclusão social aos meios de comunicação, ao conteúdo de comunicação. Outorga do direito de informação, elemento tão importante e cujo acesso é princípio básico do Estado Democrático de Direito Brasileiro, prestigiado

---

<sup>4</sup> Ibidem

amplamente em nossa Constituição Federal de 1988 (“CF/88”), em especial, no artigo 5º, inciso XIV e 220, seus parágrafos e seguintes da Carta Magna, valendo citar:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

**11.** Vê-se, portanto, que a requerente é sociedade empresária dedicada a edição de periódicos jornalísticos e desde sua criação e suas mais de seis décadas de vida vem contribuindo de forma exemplar para o atingimento dos princípios constitucionais de propagação da informação, em especial universalizando o seu acesso sem distinção de classe social, raça e credo.

**12.** Infelizmente essa tarefa, como dito acima, vem, desde o início dos anos 2000, sofrendo grande impacto do avanço tecnológico da Internet. Ainda que o jornal tenha constantemente investido em mudanças para adequar-se as novas tecnologias, a grande ampliação de acesso à rede, o desenvolvimento dos portais de conteúdo jornalístico gratuitos e a própria divulgação de informação de pessoa a pessoa passaram a ser uma forte, intensa e extremamente veloz concorrência que vem afetando todos os meios de comunicação jornalísticos impressos. Um jornal depende de um fluxo de elaboração das matérias, impressão e distribuição que acabam por se mostrar bem menos expeditos que os blogs, páginas na internet e assemelhados.



13. **Entretanto, ainda há espaço para a mídia impressa.** As grandes reportagens investigativas, o papel de acompanhamento constante dos direitos do cidadão, o efeito multiplicador do jornal – vez que uma pessoa compra o periódico, mas pelo menos outras três o leem, passando o jornal de mão em mão. Passado o impacto do advento da Internet na década de noventa e sua grande popularização nos anos dois mil, os caminhos para a mídia impressa hoje são mais claros, estão mais conhecidos, apresentando um universo de possibilidades de crescimento e de ocupação de um novo espaço que permitirá a continuidade do desempenho de sua missão social.
14. Fato é que o impacto dos anos 90 e 2000 levaram à mídia impressa fortes danos em seus graus de rentabilidade. Não foi diferente com a requerente, que amargou mais de duas décadas de crescente perda de espaço, enquanto procurava se amoldar aos novos tempos.

## **II – Da Recuperação Judicial**

15. No conjunto das relações dos indivíduos e das pessoas jurídicas, temos que o patrimônio – aí entendido como o conjunto de bens, direitos e obrigações da pessoa – deve ser preservado de forma a permitir que tal pessoa se valha de seus bens e direitos para garantir o cumprimento de suas obrigações. Um desequilíbrio onde se verifica que as obrigações ultrapassam os bens e direitos afeta o conceito de solvabilidade da pessoa, física ou jurídica.
16. Em todos os países de tradição democrática e sob o império do Estado Democrático de Direito, o ordenamento jurídico busca garantir formas em que o direito dos credores das obrigações inadimplidas esteja preservado, sem que isso represente, necessariamente, um fatal desmonte do devedor.
17. No plano da empresa, no Brasil tivemos por anos os conceitos de concordata e falência, regulados até 2005 pelo Decreto-lei 7.661/1945. Com a evolução das relações empresariais



pareceu ao legislador que havia um lapso na proteção da continuidade da atividade empresarial; percebeu-se que o Brasil, assim como já ocorria em outros países, deveria buscar uma forma de prestigiar e garantir a continuidade empresarial do devedor para que, gerando riquezas e mantendo empregos, tenha condição de adimplir as obrigações, protegendo os interesses dos credores. Nasce então a lei 11.101/2005 introduzindo no Brasil o conceito de Recuperação Judicial, claramente fundada no conceito de preservação da atividade empresarial como meio de cumprimento das obrigações do devedor, tal como explicita o artigo 47 da Lei de Recuperação Judicial, *in verbis*:

Art. 47. A recuperação judicial tem por objetivo viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica.

**18.** As inovações trazidas pela Lei 11.011/2005, além de tornar mais céleres os processos falimentares e de recuperação de empresas, deu maior importância a função social da empresa e ao princípio da continuidade da empresa. O legislador entendeu que eram necessários mecanismos que auxiliassem as empresas a superarem momentos de crise, protegendo a sociedade dos reflexos negativos naturalmente advindos da falência de uma instituição empresarial. Neste sentido, foram adotados os seguintes princípios no labor legislativo<sup>5</sup>:

Preservação da empresa, separação dos conceitos de empresa e de empresário, recuperação das sociedades e empresários recuperáveis, retirada do mercado de sociedades ou empresários não recuperáveis, proteção aos trabalhadores, redução do custo do crédito no Brasil, celeridade e eficiência dos processos judiciais, segurança jurídica, participação ativa dos credores, maximização do valor dos ativos do falido, desburocratização da recuperação de microempresas e empresas de pequeno porte e rigor na punição de crimes relacionados à falência e à recuperação de empresa

<sup>5</sup> Tebet, Ramez. Parecer nº 534, de 2004 da Comissão de Assuntos Econômicos, sobre o PLC nº 71, de 2003. Diário do Senado Federal em 10/06/2004.





**19.** A empresa, de fato, beneficia toda a sociedade dando eficácia inclusive a dogmas constitucionais como a busca pelo pleno emprego, o que atrai para a empresa uma importante função social e, conseqüentemente, protege a sua preservação. Neste sentido, vale citar as palavras de Carvalhosa<sup>6</sup>:

Tem a empresa uma óbvia função social, nela sendo interessados os empregados, os fornecedores, a comunidade em que atua e o próprio Estado, que dela retira contribuições fiscais e parafiscais. Considerando-se principalmente três as modernas funções sociais da empresa. A primeira refere-se às condições de trabalho e às relações com seus empregados [...] a segunda volta-se ao interesse dos consumidores [...] a terceira volta-se ao interesse dos concorrentes [...]. E ainda mais atual é a preocupação com os interesses de preservação ecológica urbano e ambiental da comunidade em que a empresa atua

**20.** Entretanto, como bem nos ensina Fábio Ulhoa Coelho<sup>7</sup>, como a recuperação e a reorganização de atividades econômicas são custosas, somente as empresas viáveis devem ser objeto de recuperação judicial, justamente porque somente estas tem condições de devolver à sociedade, se e quando recuperadas, pelo menos parte do sacrifício feito para salva-la. Assim, deve o requerente da Recuperação Judicial, ao apresentar o seu pedido, entre outros requisitos e elementos de fato, demonstrar que sua atividade tem sustentabilidade econômico-financeira, ou seja, que a atividade empresarial é viável. Isto porque a recuperação judicial não se esgota na simples satisfação dos credores, como a falência, ela é uma verdadeira tentativa de estancar a crise econômica daquela empresa, proporcionando seu soerguimento e desenvolvimento econômico novamente. A recuperação judicial é um meio que fornece condições para que seja superada a crise econômica, em total consonância com o princípio de preservação da empresa, como se pode claramente verificar do artigo 47 da Lei 11.101/2005 já acima transcrito. A empresa é, sem qualquer

<sup>6</sup> Carvalhosa, Modesto. Comentários à Lei de Sociedade Anônimas, São Paulo, Saraiva, 1977, v. 3, p. 237

<sup>7</sup> Coelho, Fábio Ulhoa. Manual de Direito Comercial: direito de empresa. 23ed. São Paulo, Saraiva 2011. P. 412/413

dúvida, um importante pilar da economia de qualquer país, como bem traduz Fabio Konder Comparato<sup>8</sup>

É das empresas que provem a grande a maioria dos bens e serviços consumidos pelo povo, e é delas que o estado retira a parcela maior de suas receitas fiscais. É em torno da empresa, ademais, que gravitam vários agentes econômicos não assalariados, como os investidores de capital, os fornecedores, os prestadores de serviços. Mas a importância social dessa instituição se limita esses efeitos notórios. Decisiva é hoje, também, sua influência na fixação do comportamento de outras instituições e grupos sociais que, no passado ainda recente, vivem fora do alcance da vida empresarial. Tanto as escolas quanto as universidades, os hospitais e os centros de pesquisas médicas às associações artísticas e os clubes desportivos, os profissionais liberais e as forças armadas, todo esse mundo tradicionalmente avesso aos negócios viu-se englobado na vasta área de atuação da empresa. A constelação de valores típica do mundo empresarial – o utilitarismo, a eficiência técnica, a inovação permanente, a economia de meios – acabou por avassalar todos espíritos, o homogeneizando atitudes e aspirações

**21.** Sendo assim, como já acima transcrito, o atual posicionamento de legislações comerciais em diversos lugares do mundo, e no Brasil não é diferente, aponta para manutenção da empresa. Logicamente, não se pode desprender desse esforço de manutenção da atividade produtiva que toda e qualquer empresa deve ser preservada, vez que a sua preservação somente é defendida em prol da sociedade como um todo. Todavia, aquela empresa que possui força produtiva, pode continuar beneficiando a sociedade e desenvolvendo a economia deve ser resguardada nos ditames da lei para que possa tentar recuperar sua força produtiva quando é acometida por crises financeiras.

**22.** O Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, como muitos, já pontificou referendando tal entendimento, *in verbis*:

Apelação Cível n. 1.0024.11.100963-5/001, de Belo Horizonte.

<sup>8</sup> Comparato, Fábio Konder. Direito Empresarial: estudos e pareceres. São Paulo: Saraiva, 1995, p.3



Relator: Des. Sandra Fonseca.

Data da decisão: 31.01.2012.

Numeração Única: 1009635-93.2011.8.13.0024

Data do Julgamento: 31/01/2012

Data da Publicação: 10/02/2012

EMENTA: RECUPERAÇÃO JUDICIAL - PRINCÍPIO DA VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EMPREENDIMENTO - CARÊNCIA DE DOCUMENTO NECESSÁRIO À INSTRUÇÃO DO PEDIDO - NECESSIDADE DE INTIMAÇÃO DO INTERESSADO PARA EMENDA DA INICIAL - FASE POSTULATÓRIA - ANÁLISE PERFUNCTÓRIA DA VIABILIDADE DA EMPRESA - POSSIBILIDADE - DEMONSTRAÇÃO INEQUÍVOCA DA IMPOSSIBILIDADE DE SOERGUMENTO - AUSÊNCIA - RECURSO PROVIDO.

1 - Constatada a ausência de documento imprescindível ao processamento do pedido de recuperação judicial, tal como consta do rol do art. 51 da Lei nº. 11.101/05, deve o magistrado intimar a parte para suprir a falta, assinalando-lhe prazo razoável se a providência demanda diligência em outros estados da federação.

**2 - Somente é possível o imediato indeferimento do pedido de recuperação judicial, ainda no bojo da fase postulatória, se houver demonstração clara e flagrante da inviabilidade de soerguimento da atividade econômica explorada pela postulante.**

3 - Vislumbrada a possibilidade de desfecho útil e positivo do processo, deve ser instaurada a fase deliberativa do procedimento, viabilizando-se à interessada a apresentação do plano de recuperação e manifestação da Assembleia Geral, oportunidade em que se decidirá, com a segurança necessária, pela viabilidade do empreendimento.

(destaques nossos)

**23.** Não poderia ser outro o entendimento, vez que o mesmo se encontra totalmente respaldado nos artigos 48 e seus parágrafos e 51 e seus parágrafos, todos da Lei de Recuperação Judicial, que proclama o **princípio da continuidade da empresa**. Faz-se importante, portanto, seja demonstrada a viabilidade econômico-financeira da empresa e a possibilidade da continuidade de suas atividades de forma a gerar recursos suficientes para, nos termos do Plano de Recuperação a ser apresentado, adimplir com todas suas obrigações.



**III – Das Razões da Crise e Da Situação de Viabilidade Econômico-Financeira da Requerente**

**24.** A atual situação de crise financeira da Requerente é fruto de fatores basicamente, que foram agravando-se ao longo dos últimos anos. Na verdade, são fatos que se interdependem: a queda da venda de jornais e a intensa veiculação e notícias, publicidades e informações pela internet.

**25.** Importante se dizer que em verdade o que se vende não é jornal e sim informação e a diversificação das fontes de veiculação de informação, inclusive através de redes de sociais, e a evolução tecnológica na área de informação e publicidade impactou os padrões de consumo da mídia impressa. A tecnologia cada vez mais rápida com a circulação da informação de diversas fontes na internet fez com que as pessoas diminuíssem a compra de jornais em bancas, o que fez com que a receita da empresa caísse de forma vertiginosa os últimos anos.

**26.** Com o declínio da quantidade de venda em banca, muitas empresas que compravam espaços publicitários em mídia impressa decidiram alterar sua estratégia, investindo mais em publicidade online, o que também fez cair a receita da Requente.

**27.** A receita da requerente no ano de 2014 foi de R\$ 161.998.959,00, e em 2015 de R\$138.487.923,00 e em 2016 de R\$ 120.314.593,00 ; por fim no último ano 2017 a receita apurada até junho foi de R\$48.913.381,00. Nota-se, claramente, a queda na receita que provem basicamente da venda de jornais em bancas e de veiculação de publicidade<sup>9</sup>.

**28.** Um importante dado a ser considerado, e que impactou diretamente na queda da receita da Requerente, é o declínio da venda de exemplares. O Jornal que já teve a circulação de mais de 300 mil exemplares durante a semana e 450 mil nos finais de semana, hoje tem uma circulação média de 27.400 exemplares. Ainda que o número acima seja acrescida a circulação da publicação *Meia Hora*, que tem uma média de 72.700 exemplares, a queda nas vendas é clara.

<sup>9</sup> Conforme balanços – Anexo 2

29. Usualmente a maior receita dos periódicos – aqui tratando de jornais e revistas – advém da veiculação de publicidade. A máxima é “quanto mais jornal se vende, mais espaços publicitários são vendidos, mais receita é gerada”.

30. A simples alteração seria aumentar a presença em meios virtuais, contudo esta lógica não se mostra integralmente verdadeira. Os jornais e revistas impressos passaram a concorrer com outras fontes de informação dispersas e também os anunciantes passaram a distribuir a publicidade em diversos meios de comunicação, o que fez com que a receita advinda da publicidade se espalhasse de forma abrupta, causando uma crise mundial no setor.

31. A crise atingiu não só as redações brasileiras, com cortes, demissões e fechamento de veículos, mas também importantes mídias impressas internacionais. No Brasil, foram oito jornais de importância fechados nos últimos seis anos, entre eles a Gazeta Mercantil, que tinha quase 90 anos de existência; o Jornal do Brasil, um dos jornais mais antigos do país, criado em 1891 (que passou a ter apenas uma versão eletrônica e, recentemente, teve noticiado o seu retorno às bancas); o Diário do Povo que circulava há mais de 100 anos e o Jornal da Tarde, com 46 anos de circulação. Só em 2014 a receita de mercado do meio jornal sofreu uma queda de 11,6% em comparação com o ano anterior e as revistas sofreram com 17% de queda<sup>10</sup>.

32. **Em contrapartida à crise vivenciada pelo setor, o número de leitores parece crescer, o que, em uma primeira análise pode parecer paradoxal, mas não é. Com a disseminação da veiculação da informação por diversos meios de comunicação, a quantidade de pessoas alcançadas com uma notícia aumenta a cada dia. No entanto, esse aumento do número de leitores não representa, diretamente, um aumento na receita dos meios de comunicação. E mais, os veículos mais antigos, como jornais e revistas consagrados, precisam buscar se adequar as novas formas e demandas do mercado e assim tentar fontes alternativas de receita para desenvolver sua atividade.**

<sup>10</sup> Conforme dados divulgados pelo projeto inter-meios, auditados pela PricewaterhouseCoopers. <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/04/27/mercado-cresce-1-5-porcento-em-2014.html> Consultado em 10/08/2018.



**33.** Diante deste cenário a Requerente buscou, como alternativa para não entrar em total colapso financeiro, uma racionalização da despesa. Nos últimos anos a despesa vem caindo substancialmente, num esforço dos administradores e sócios de manter o equilíbrio das contas. Ocorre que existe um passivo gerado nas últimas décadas – como já colocado antes – de grande enfrentamento concorrencial com as novas tecnologias, que acabaram por absorver público e anunciantes que migraram para outras mídias, essencialmente eletrônicas. Esse passivo acumulado representa um custo financeiro e traz diários empecilhos à atividade corrente, tais como ações judiciais de cobrança, discussões de natureza trabalhistas, tributários, penhoras de receitas e bens. Esse cenário contamina de forma direta a situação econômico-financeira da requerente, vez que absorve recursos que poderiam ser usados na gestão das atividades, permitindo a continuidade da atividade da empresa e o gradativo incremento de sua solvência.

**34.** Outro ponto de grande impacto é o crédito tributário devido pela requerente, que traz, mensalmente, uma imposição de custos (juros e correções e multas) e embaraços que prejudicam sua atividade econômica, notadamente penhoras e indisponibilidade de bens.

**35.** Toda situação patrimonial, aqui amplamente demonstrada pelos documentos aqui anexados, se junta com a crise de mercado enfrentada pela requerente nas últimas três décadas. Sabe-se que essa crise, como dita e frise-se, é uma crise de mercado, de todo o mercado da mídia impressa, crise para qual as empresas não estavam preparadas e hoje, depois desses trinta anos, começa-se a desenhar soluções e novos espaços.

**36.** A crise no mercado de jornalismo não se mostra uma crise contra a informação. A queda na receita de publicidade dos veículos impressos, usualmente sua maior fonte de receita, se dá pelo partilhamento das verbas dos anunciantes em diversas mídias e redes sociais. Portanto, não é uma crise de consumo é uma crise de meio.

**37.** Neste sentido, alguns jornais impressos, principalmente no exterior, estão vislumbrando opções para que o leitor, agora muito mais digital que antes, possa receber sua informação em novas mídias, mas que a fonte da informação – jornais e revistas, possam também

obter receita desta atividade. Alguns jornais americanos decidiram segregar toda sua atividade impressa da atividade eletrônica/virtual, como podemos ver do trecho do artigo de Matthew Garrahn traduzido por Fernanda Lizardo, abaixo transcrito<sup>11</sup>:

É fato que a queda na publicidade e na circulação atingiu praticamente todas as publicações impressas dos EUA e que a nova geração de leitores não está acostumada – ou disposta – a pagar para receber notícias na internet. Em busca de soluções para salvar o mercado, muitas empresas de mídia estão aderindo à separação de seus negócios, desagregando seus canais televisivos e digitais das publicações impressas.

Um dos pioneiros nesse tipo de jogada foi o Belo, grupo com sede em Dallas, que em 2007 anunciou os primeiros planos de segmentação de seus jornais e suas 20 estações de televisão. O Journal Communications, que publica títulos regionais como o Milwaukee Journal Sentinel, também anunciou planos de fundir seus jornais aos do grupo EW Scripps, bem como mesclar as respectivas emissoras de TV de cada empresa – a EW controla canais como Food Network e ABC Action News.

O Tribune Publishing, dono do Los Angeles Times e do Chicago Tribune, também separou seus negócios da Tribune's TV. O Gannett, que publica o USA Today, foi outro a anunciar um projeto de divisão, desmembrando seu braço editorial do segmento de transmissão e das operações digitais.

Nem mesmo os gigantes fugiram da fórmula: em 2012, a News Corp aderiu e, no ano seguinte, a Time Warner chegou a cogitar planos de separar seus ativos de impressão.

**38.** Essa seria uma alternativa para a manutenção de jornais impressos e também o investimento em mídias mais atuais como portais de internet. Com a operação separada e custos menores, seria possível manter a mídia impressa ainda lucrativa, mesmo que menor, e investir mais nas mídias digitais, onde há concentração de público alvo e de maior apetite dos anunciantes, consequentemente, maior receita.

---

<sup>11</sup> Disponível em <https://jornalggn.com.br/noticia/jornais-em-crise-solucao-nos-eua-e-separar-impresso-do-digital> acessado em 11/01/2008.



**39.** Também é visto como solução o jornalismo setorial, em que também há a segmentação da operação do jornal, mas em espaços geográficos menores (jornais de bairro, zonas urbanas e etc) ou em razão da matéria (publicações especializadas em saúde, esporte, artes plásticas, entre outros).

**40.** Há ainda correntes que defendem que o jornalismo deveria deixar de ser um “braço da publicidade” e encontrar outros meios, que não a veiculação de publicidade, para buscar receita.

**41.** Vê-se que todo o setor de jornalismo, principalmente o jornalismo impresso, enfrenta um momento de reinvenção, de busca por novos meios de trabalho, novas vias de divulgação da informação e, logicamente, novas formas de obter receita com a atividade de jornalismo.

**42.** Assim a Requerente confia que Recuperação Judicial é a medida que permitirá seu pleno soerguimento e a fará novamente retomar o caminho do sucesso e desenvolvimento.

#### **IV. Do passivo**

**43.** Atualmente o passivo total da Requerente é de R\$ 235.143.536,73 (duzentos e trinta e cinco milhões cento e quarenta e três mil quinhentos e trinta e seis reais e setenta e três centavos, conforme indicado na documentação anexa (capítulo V, seguinte), ressalvando-se a existência de outros passivos entre as companhias integrantes do grupo.

#### **V. Do cumprimento dos requisitos para Recuperação Judicial**

**44.** De forma estruturada, a requerente apresenta o devido cumprimento os requisitos básicos exigidos pela Lei de Recuperação Judicial:



Art. 48. Poderá requerer recuperação judicial o devedor que, no momento do pedido, exerça regularmente suas atividades há mais de 2 (dois) anos e que atenda aos seguintes requisitos, cumulativamente:	<b>Anexo 3</b> – Certidão da JUCERJA que demonstra que a requerente possui 66 (sessenta e seis anos) de constituição.
I – não ser falido e, se o foi, estejam declaradas extintas, por sentença transitada em julgado, as responsabilidades daí decorrentes; II – não ter, há menos de 5 (cinco) anos, obtido concessão de recuperação judicial; III - não ter, há menos de 5 (cinco) anos, obtido concessão de recuperação judicial com base no plano especial de que trata a Seção V deste Capítulo;	<b>Anexo 4</b> – Certidões dos Distribuidores Judiciais que comprovam a ausência de falência ou recuperação judicial deferida, seja a ordinária, seja a judicial tratada na Seção V do Capítulo III da Lei de Recuperação Judicial.
IV – não ter sido condenado ou não ter, como administrador ou sócio controlador, pessoa condenada por qualquer dos crimes previstos nesta Lei.	A Requerente, neste ato pleiteia prazo suplementar para apresentação das certidões dos distribuidores criminais dos sócios e do administrador.

45. Além dos elementos básicos acima, informa a requerente que instruem o presente pedido os seguintes documentos:

II – as demonstrações contábeis relativas aos 3 (três) últimos exercícios sociais e as levantadas especialmente para instruir o pedido, confeccionadas com estrita observância da legislação societária aplicável e compostas obrigatoriamente de: b) balanço patrimonial; c) demonstração de resultados acumulados; d) demonstração do resultado desde o último exercício social; d) relatório gerencial de fluxo de caixa e de sua projeção;	<b>Anexo 2</b>
III – a relação nominal completa dos credores, inclusive aqueles por obrigação de fazer ou de dar, com a indicação do endereço de cada um, a natureza, a classificação e o valor atualizado do crédito, discriminando sua origem, o regime dos respectivos vencimentos e a indicação dos registros contábeis de cada transação pendente;	<b>Anexo 5</b>
IV – a relação integral dos empregados, em que constem as respectivas funções, salários, indenizações e outras parcelas a que têm direito, com o correspondente mês de competência, e a discriminação dos valores pendentes de pagamento;	<b>Anexo 6</b>

V – certidão de regularidade do devedor no Registro Público de Empresas, o ato constitutivo atualizado e as atas de nomeação dos atuais administradores;	<b>Anexos 1 e 3</b>
VI – a relação dos bens particulares dos sócios controladores e dos administradores do devedor;	<b>Anexo 7</b>
VII – os extratos atualizados das contas bancárias do devedor e de suas eventuais aplicações financeiras de qualquer modalidade, inclusive em fundos de investimento ou em bolsas de valores, emitidos pelas respectivas instituições financeiras;	<b>Anexo 8</b>
2. VIII – certidões dos cartórios de protestos situados na comarca do domicílio ou sede do devedor e naquelas onde possui filial;	<b>Anexo 9</b>
IX – a relação, subscrita pelo devedor, de todas as ações judiciais em que este figure como parte, inclusive as de natureza trabalhista, com a estimativa dos respectivos valores demandados	<b>Anexo 10</b>

**46.** Imperioso concluir, dessa forma e ante todos os elementos documentais aqui apresentados, que a requerente cumpre os requisitos para o deferimento de sua recuperação judicial, permitindo que a mesma desenvolva e apresente aos seus credores um plano de recuperação que, depois de aprovado, será executado, garantindo os interesses dos credores, mas também garantindo o emprego de 500 trabalhadores, o sustento de suas famílias e a garantia da pluralidade de acesso à informação jornalística impressa no espaço geográfico do estado do Rio de Janeiro que hoje sofre com a parca presença de mídias dessa natureza. O desaparecimento do Jornal O Dia feriria de forma fatal o mercado, que acabaria ficando sem um importante e abrangente meio de comunicação, diminuindo os atores da área, praticamente reduzindo o mercado a um único meio de comunicação no seu segmento.

#### IV – Do Pedido

**47.** Diante dos elementos de fato e de direito aqui amplamente colocados, requer:

(i) Seja deferido o processamento do pedido de Recuperação Judicial nos termos da lei 11.101/2005 em especial de seu artigo 52 e seguintes;



(ii) Seja determinada a imediata suspensão de todas as ações e execuções movidas em face da requerente nos termos do artigo 6º da Lei de Recuperação Judicial, pelo prazo ali assinalado, qual seja, 180 (cento e oitenta) dias;

(iii) Seja nomeado um administrador judicial, nos termos do artigo 52, inciso I da Lei de Recuperação Judicial;

(iv) Seja expedido o competente edital de que trata o artigo 52, parágrafo primeiro da Lei de Recuperação Judicial para a devida publicação na imprensa oficial;

(v) Seja concedido o prazo de 60 (sessenta) dias para a apresentação do Plano de Recuperação Judicial que será submetido aos credores reunidos em assembleia e posterior homologação;

(vi) Aprovado e homologado o Plano de Recuperação Judicial, seja concedida a Recuperação Judicial nos termos do artigo 58 da lei de regência do instituto aqui em questão.

**48.** Protesta por todos os meios de prova em direito admitidas, em especial documental suplementar, pericial e testemunhal, se for o caso.

**49.** Requer ainda prazo de 10 (dez) dias para apresentação das certidões que comprovem que o sócio majoritário e o administrador não possuem condenação por nenhum crime previsto na Lei de Recuperação Judicial, bem como para apresentação de planilha mais detalhada das dívidas tributárias da Requerente.

**50.** **Por fim, se requer que todas as publicações sejam feitas em nome dos Drs. Rodrigo Jacobina Botelho, OAB/RJ 92.563 e Alice de Almeida Lima, OAB/RJ sob o nº 167.014, sob pena de nulidade nos termos do 272, parágrafo 2º do CPC/15.**

**51.** Dá-se a causa o valor de R\$ 235.143.536,73 (duzentos e trinta e cinco milhões cento e quarenta e três mil quinhentos e trinta e seis reais e setenta e três centavos.)

**Rodrigo Jacobina Botelho**  
**OAB/RJ 92.563**

**Alice de Almeida Lima**  
**OAB/RJ 167.014**