

O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

Luiz Carlos dos Santos

A matéria do artigo antecedente abordou o Princípio da Moralidade, ocasião em que se observou que esse princípio se apresenta conjuntamente a outros princípios, tais como o da legalidade, bem assim o da impessoalidade, além de outros ainda não tratados neste Ciclo de Estudos, a exemplo do Princípio da Publicidade e da Transparência.

O tema em foco - Princípio da Publicidade torna obrigatória a divulgação de atos, contratos, convênios e outros instrumentos celebrados pela Administração Pública, direta, indireta ou fundacional, para fins de conhecimento e controle e, bem assim demarcar o início da produção de seus efeitos.

Excluem-se de tal obrigatoriedade os atos e as atividades relacionadas à segurança nacional, certas investigações e pedidos de retificação de dados, os quais deverão ser, porém, previamente declarados pela autoridade competente.

Ressalte-se que, para a publicação passar a produzir os efeitos desejados, deverá ser feita por órgão Oficial. Este, por sua vez, será o jornal público, normalmente os Diários Oficiais (União, Estados ou Municípios), ou jornais da iniciativa privada, de grande circulação. Frise-se que os efeitos dos Atos serão alcançados mediante a fixação de editais expostos em local de fácil acesso na sede do órgão emanador e na web ou internet.

Corroborando Bento (2007), o Princípio da Publicidade também apresenta mais de uma acepção – Uma diz respeito à necessidade de publicação dos atos administrativos para que eles produzam efeitos; saliente-se que não se trata de validade, mas eficácia; assim, enquanto não publicados, tais atos são ineficazes; não produzem efeitos. A título de exemplo, a Lei federal n.8.492/92, que define os atos de improbidade administrativa, inclui entre estes qualquer ação ou omissão que negue publicidade aos atos oficiais. É o que reza o art. 11, inciso IV da mencionada Lei.

Outra acepção do Princípio da Publicidade está relacionada à transparência da atividade administrativa, porque é de interesse da coletividade que o agir do administrador se dê às claras, de forma a permitir um legítimo controle por parte dos administrados. Registre-se que o Mandado de Segurança, o Habeas data, a Ação Popular e de instrumentos políticos, como o voto e a iniciativa popular de projeto de Lei, são instrumentos para garantir Direitos, ora usurpados pela falta de observância ao princípio em análise.

Assinale-se que a Jurisprudência é pacífica neste sentido, reconhecendo o direito de acesso a determinadas informações, o qual se constitui em corolário do Princípio da Publicidade.

Infelizmente, deve-se lembrar que no período da Ditadura Militar, o excesso de sigilo, com a inexistência de publicidade dos atos, era uma das principais ferramentas de opressão. Portanto, é fundamental que o mencionado princípio seja sempre preservado, eis que pessoas e/ou cidadãos brasileiros, lamentavelmente, já tiveram demonstração de como sua inobservância fere a democracia. Em suma, não há liberdade, não há democracia sem publicidade.

A propósito da exceção da efetivação de tal princípio, quando relacionado à Segurança Nacional, o dispositivo na Lei Magna, no seu art. 5º, inciso XXXIII, ao permitir restrição à publicidade dos atos oficiais, poder-se-ia asseverar a similaridade com os exemplos a seguir: assim como a água, que pode ser fonte de vida ou de morte, assim como a areia, que pode construir castelos ou derrubar cidades, este dispositivo pode se constituir em garantia fundamental do Estado de Direito, no tocante à Segurança, bem assim significar sua ruína, se interpretado de forma inconsequente e distorcida, eis que o conceito de segurança da sociedade é bem elástico e amplo. Portanto, cabe à Administração Estatal e ao Judiciário sopesarem os valores no caso concreto, de modo a garantir a efetividade do princípio ora evidenciado.