

PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

Sonia Regina MARCZYNSKI¹
Ariane Fernandes de OLIVEIRA²

Princípio descrito no art. 5º, inciso LX da CF, que visa tornar transparentes os atos processuais praticados pelo juiz durante a processual civil ou penal, o qual deverá pautar suas decisões em consonância com os ditames constitucionais e processuais. Estabelece a possibilidade de restrição, mas não de eliminação, à informação dos atos processuais que devem ser públicos. Trata-se de direito fundamental que visa permitir o controle de opinião pública sobre os serviços da justiça, garantindo a imparcialidade e transparência das atividades jurisdicionais, servindo como ferramenta essencial fiscalizatória a serviço do povo, pois permite que, além das partes, toda a sociedade tome ciência das decisões procedentes do Poder Judiciário, através da permissão de acesso à população às audiências. Conforme doutrina o referido princípio existe para vedar o obstáculo ao conhecimento. Todos tem o direito de acesso aos atos do processo, exatamente como meio de se dar transparência à atividade jurisdicional. Este princípio impõe que os atos processuais devem ser públicos como garantia democrática da liberdade no que concerne ao controle dos atos de autoridade. Sofre exceção quando os atos seguem em segredo de justiça, porém como bem salientam Luiz Rodrigues Wambier, Eduardo Talamani e Flávio Renato Correia de Almeida, a expressão segredo de justiça é infeliz, porquanto não se trata de segredo, visto que o julgamento não ocorre de portas fechadas. Mas cuida-se sim, do resguardo da intimidade dos litigantes ou de evitar que a publicidade possa ocasionar grande transtorno ou comoção social. Admite-se também restrições à esse princípio, em razão do interesse público e da necessidade de se garantir a ordem na realização dos atos processuais, bem como em face de outros valores constitucionalmente previstos, como o direito à intimidade, razão pela qual os processos judiciais ligados ao direito de família e à infância e juventude devem tramitar em segredo de justiça, conforme o art. 143 do Estatuto da Criança e do Adolescente, veda a divulgação de atos judiciais, policiais e administrativos que digam respeito à criança e adolescente a que se atribua ato infracional, observando em seu parágrafo único que, “qualquer notícia a respeito do fato não poderá identificar a criança ou o adolescente, vedando-se fotografia, referência ao nome, apelido, filiação, parentesco, residência e, inclusive, iniciais do nome e sobrenome”. A publicidade também é tida como princípio administrativo, porque se entende que o Poder Público, por ser público, deve agir com a maior transparência possível. Trata-se de uma ferramenta de controle democrático, revelando-se essencial no controle dos atos dos gestores públicos. A forma adotada hoje pela mídia de massa, a televisão, as sessões abertas ao público, sessões de plenário, da câmara do judiciário, todos em TV aberta, essa é a materialização do princípio da publicidade. Assim, abrange toda a atuação estatal, não só sob

¹ Acadêmica de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz, de Curitiba-PR. E-mail:sonia_srm@hotmail.com.

² Docente do curso de Direito, das Faculdades Integradas Santa Cruz, de Curitiba-PR. Graduada em Direito pela Universidade Estadual de Londrina. Mestra em Direito Econômico e Social pela PUCPR. Advogada. E-mail: arianefo@ig.com.br.

o aspecto da divulgação oficial de seus atos, como também de propiciação de conhecimento da conduta interna de seus agentes.

Palavras-chave: Processo Civil. Princípios Processuais na Constituição Federal. Da publicidade.