



PROJETO DE LEI PL./0285.6/2014



Lido no Expediente

100ª Sessão de 05/11/14

As Comissões de:

05 - Justiça

11 - Finanças

21 - Meio Ambiente

Institui a Política Estadual de Incentivo às Mídias Regionais, Livres e Comunitárias no Estado de Santa Catarina.

Secretário

Art. 1º Fica instituída a Política Estadual de Incentivo às Mídias Regionais, Livres e Comunitárias no Estado de Santa Catarina, pela qual, observados os preceitos legais sobre a matéria, os Poderes do Estado poderão destinar percentual não inferior a 20% (vinte por cento) da sua receita anual de publicidade, prevista no Orçamento para a divulgação de obras, anúncios, editais, programas, serviços e campanhas em gerais, aos veículos mencionados nesta Lei.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, considera-se Mídias Regionais, Livres e Comunitárias os seguintes veículos:

I – periódicos, jornais e revistas impressas, com tiragem entre 2.000 (dois mil) e 20.000 (vinte mil) exemplares editados sob responsabilidade de empresário individual, micro e pequenas empresas;

II – veículos de radiodifusão local e comunitária, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

§ 1º As mídias apontadas devem ter reconhecimento regional e local, caracterizando-se por serem prioritariamente dirigidas às regiões do Estado, ou a locais ou segmentos específicos da sociedade catarinense.

§ 2º A critério dos Poderes do Estado, poderá ser exigido que a tiragem a que se refere o item I seja atestado por instituto de pesquisa de notória reputação.

Art. 3º Para efeito de habilitação aos recursos públicos, as mídias regionais, livres e comunitárias interessadas deverão observar os seguintes critérios:

I – ter, no mínimo, dois anos de funcionamento sem interrupção de suas atividades;

II - possuir jornalista legalmente responsável por sua programação;

III – não manter vínculos que a subordinem ao comando de outras empresas jornalísticas e de radiodifusão, escolas, igrejas, partidos políticos, sindicatos, associações de classe, associações representativas de setores industriais ou de serviços;

IV – não possuir proprietário, sócio ou gerente que exerça estas mesmas funções em outra mídia beneficiária;

V – não possuir proprietário, sócio ou gerente, ou parentes até o segundo grau destes, que ocupem cargos públicos eletivos ou de confiança nos âmbitos Municipal, Estadual ou Federal;

VI – veicular conteúdo eminentemente editorial, sendo vedado o benefício a mídias destinadas exclusivamente a conteúdos publicitários.



Parágrafo único. Excetua-se da vigência contida no inciso II do presente artigo, os veículos de radiodifusão comunitária devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira.

Art. 4º O Chefe do Poder Executivo regulamentará esta Lei, nos termos do inciso III do art. 71 da Constituição do Estado, no prazo de 60 (sessenta) dias após a sua publicação.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.



JUSTIFICATIVA

Senhores e Senhoras deputadas apresentamos o presente Projeto de Lei com escopo de democratizar o acesso da população a informações de interesse público referentes a editais, atos e programas dos Poderes do Estado, possibilitando que, dentro dos preceitos legais, estes possam ser publicados em mídias regionais, livres e locais.

Também busca ampliar a transparência, princípio básico da Administração Pública, bem como viabilizar e fortalecer os pequenos veículos de comunicação como forma de democratizar o fluxo das informações direcionadas à população.

Oportuno ressaltar que, por expressa determinação da Constituição Federal, a publicidade dos atos da administração pública encontra-se inserida no ordenamento jurídico administrativo como princípio constitucional, a reclamar e orientar, sob pena de nulidade, a ampla divulgação e o acesso dos seus atos emanados no exercício de suas funções.

Art. 37 – a administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência e, também, ao seguinte: [...] (BRASIL, 1988)

A publicidade dos atos da administração pública possibilitou a modernização do Estado brasileiro e o rompimento com a odiosa tradição do sigilo da administração, que vigorou no Brasil em períodos autoritários, como bem destacou Martins Júnior (2004, p. 137).

Não obstante toda a evolução para a mais completa transparência administrativa, tornando compulsória a regra da publicidade, a história jurídico-administrativa pautava-se pela consagração do sigilo. **A tradição do segredo administrativo tinha vários fundamentos (preservação de privilégios; dificuldade do controle e da**



responsabilização pela ocultação da informação no aparelho burocrático; alijamento de pressões ou finalidades reprováveis sobre a atuação administrativa publicizada etc.) reflexivos de sua função como testemunho suplementar da sobrevivência de tendências oligárquicas no seio da Administração Pública.

Nos dizeres de Justen Filho:

O princípio da publicidade significa vedação a atividades ou atos sigilosos (ressalvadas as hipóteses em que o sigilo seja indispensável, como é evidente). O exercício do poder deve ser acessível ao conhecimento de toda a comunidade e, especialmente, daqueles que serão afetados pelo ato decisório. A publicidade se afirma como instrumento de transparência e verificação da lisura dos atos praticados. (JUSTEN FILHO, 2005, p. 14-15)

Para Bandeira de Mello (2002) em um Estado Democrático de Direito é inconcebível a ocultação aos administrados dos assuntos que a todos interessam:

Consagra-se nisto o dever administrativo de manter plena transparência em seus comportamentos. **Não pode haver em um Estado Democrático de Direito**, no qual o poder reside no povo (art. 1º, parágrafo único, da Constituição), **ocultamento aos administrados dos assuntos que a todos interessam**, e muito menos em relação aos sujeitos individualmente afetados por alguma medida.

[...]

Na esfera administrativa o sigilo só se admite, a teor do art. 5º, XXXIII, precipitado, quando "imprescindível à segurança da Sociedade e do Estado". (MELLO, 2002, p. 104, grifo nosso)

O Supremo Tribunal Federal, por unanimidade, acolhendo o voto do Relator Ministro Ayres Britto, quando do julgamento do pedido de Suspensão de Segurança 3.902 – SP, sacramentou que a observância ao princípio da publicidade é "um dos mais altaneiros modos de concretizar a república enquanto forma de governo":

[...] o princípio da publicidade administrativa outra coisa não é senão um dos mais altaneiros modos de **concretizar a república** enquanto **forma de governo**. Se, por um lado, há um necessário modo republicano de administrar o Estado brasileiro, de outra parte é a **cidadania** mesma que tem o **direito de ver o seu Estado republicanamente administrado**. O "como" se administra a coisa pública a preponderar sobre o "quem" administra – falaria Norberto Bobbio –, e o fato é que esse objetivo modo público de servir a máquina estatal é elemento conceitual da nossa República. "O olho e a pálpebra da nossa fisionomia constitucional republicana". (proc. originário nº 053.10.007708-3); no MS nº 053.09.020992-6, da 7ª VFP da Capital; no Pedido de Suspensão nº 180.209-0 (ref. aos



MS nº 053.09.020793-1 e MS nº 053.09.021567-5); no ao Agravo de Instrumento nº 990.10.238710). (SUPREMO, 2012, grifo nosso)

É a transparência da administração pública, nos dizeres do Promotor de Justiça Martins Júnior (2004, p. 7):

[...] um dos alicerces básicos do Estado Democrático de Direito e da moderna Administração Pública pelo acesso à informação e pela participação na gestão da coisa pública, diminuindo os espaços reservados ao **caráter sigiloso da atividade administrativa – ponto de partida para os nichos da ineficiência, do arbítrio e da imunidade do poder.** (grifo nosso)

Ainda sobre o princípio da publicidade, extrai-se da doutrina de Gilmar Mendes que:

O princípio da publicidade está ligado ao direito de informação dos cidadãos e ao dever de transparência do Estado, em conexão direta com o princípio democrático e pode ser considerado, inicialmente, como apreensível em duas vertentes: (1) na perspectiva do direito à informação (e de acesso à informação), como garantia de participação e controle social dos cidadãos (a partir das disposições relacionadas no art. 5º, CF/88), bem como (2) na perspectiva da atuação da Administração Pública em sentido amplo (a partir dos princípios determinados no art. 37, *caput*, e artigos seguintes da CF/88).

A Constituição Federal de 1988 é exemplar na determinação de participação cidadã e publicidade dos atos estatais. Destacam-se, por exemplo, o direito de petição e de obtenção de certidões, de garantia do habeas data, de realização de audiências públicas e da regra de publicidade de todos os julgamentos do Poder Judiciário (art. 93, IX, CF/88).

Nesse sentido, a Constituição abriu novas perspectivas para o exercício ampliado do controle social da atuação do Estado, com destacada contribuição da imprensa livre, de organizações não-governamentais e da atuação individualizada de cada cidadão. (MENDES, 2011. p. 863)

Assim sendo, apoiar estas mídias devido ao seu alcance são de importância fundamental para pequenas comunidades, bairros, pequenos e médios municípios. A distribuição desconcentrada dos recursos de publicidade oficial, os quais, historicamente, acabam destinados majoritariamente para grandes empresas, é uma medida substantiva para o desenvolvimento de uma comunicação local voltada aos reais interesses dessas comunidades.

Como muito bem ressalta a justificativa do Projeto de Lei 159/2012 de iniciativa parlamentar, do Dep. Aldacir Oliboni, recentemente aprovado e sancionado pelo



Governador Tarso Genro, que resultou na Lei 14.541, de 22 de junho de 2014, ao possibilitar que estes pequenos veículos se viabilizem, se contribui decisivamente para a construção de uma comunicação cidadã e para a liberdade de opinião e expressão de comunidades e segmentos que, na maioria das vezes, não tem oportunidade de veiculá-las a partir dos grandes meios de comunicação.

Observando ainda que a proposição tem potencial para contribuir para a manutenção e o incremento dos pequenos veículos de comunicação existentes nas regiões, municípios e bairros, pelos quais, grande parcela da população recebe informações e opiniões acerca das suas comunidades. Esse fomento servirá também para maior isenção no fluxo de informações fortalecendo a própria democracia, visto que possibilitará a desconcentração das notícias e versões noticiosas divulgadas, as quais, nos dias de hoje, estão centralizadas nos grandes conglomerados de comunicação existentes no Estado e no País.

Dito isto, por se tratar de matéria fundamental para a democratização da comunicação, e que encontra perfeita sintonia com a Constituição da República que tem como princípio e comando constitucional o fortalecimento da liberdade de imprensa, a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, conforme expressa previsão do *caput* do Art. 220, combinado com o inciso III do Art. 221, que dispõe sobre a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, portanto rogamos aos nobres pares pela rápida tramitação e aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em



Deputada ANGELA ALBINO