



PROJETO DE LEI PL./0351.0/2015

Lido no Expediente

72ª Sessão de 01/09/15

As Comissões de: _____

05 - Justiça _____

11 - Finanças _____

21 - Meio Ambiente _____

Secretário

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

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 associações com fins não econômicos;

II - veículos de radiodifusão local, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

III - canal comunitário para utilização livre e compartilhada por entidades não governamentais e com fins não econômicos;

IV - sites, blogs e perfis em mídias sociais gerenciados sob responsabilidade de associações com fins não econômicos que agreguem e priorizem ações participativas e atuação em rede na produção e difusão de conteúdos voltados para a educação, cultura, saúde, cidadania, meio ambiente e interesse público na Internet.

§ 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.

Art. 4º O Chefe do Poder Executivo regulamentará esta Lei, nos termos do inciso III do art. 71 da Constituição do Estado.

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

Sala das Sessões,

Deputado Jean Leutprecht



JUSTIFICATIVA

Senhores e Senhoras deputadas rerepresentamos 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.

Projeto semelhante foi apresentado por iniciativa parlamentar no vizinho Estado Gaúcho e convertido em Lei, devidamente sancionado pelo Governador, em que foi ressaltado "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,



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
DO ESTADO DE SANTA CATARINA

GABINETE DO DEPUTADO
Jean Leutprecht

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.

Deputado Jean Leutprecht