



O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E O DIREITO À PRIVACIDADE NO PROCESSO JUDICIAL ELETRÔNICO: UMA ANÁLISE DA RESOLUÇÃO Nº 121/2010 DO CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA

Cândida Helena Lopes Alves

Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
candida.alves@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-6161-2938>

Dannilo Jorge Escorcio Halabe

Universidade Ceuma
dannhalabe@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-8631-6852>

Maria Tereza Ramos Vale Halabe

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)
tereza.halabe@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-7487-6115>

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo analisar o princípio da publicidade processual em confronto com o direito à privacidade, observando-se a oposição entre tais valores no bojo do processo eletrônico, em especial a partir das restrições à publicidade impostas pela Resolução n. 121, de 2010, editada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ); restrições estas justificadas a partir da tutela do direito à intimidade.

PALAVRAS-CHAVE: Princípio da Publicidade. Direito à Privacidade. Processo Judicial Eletrônico.

ABSTRACT

This article aims to analyze the principle of procedural publicity in comparison with the right to privacy, observing the opposition between such values in the electronic process, in particular from the restrictions on publicity imposed by Resolution n. 121/2010, edited by the National Council of Justice (CNJ); restrictions which are justified by the protection of the right to privacy.

KEYWORDS: Principle of Publicity. Right to Privacy. Electronic Judicial Process.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo analisar o princípio da publicidade processual em confronto com o direito à privacidade, observando-se a oposição entre tais valores no bojo do processo eletrônico, em especial a partir das restrições à publicidade impostas pela Resolução n. 121 (2010) editada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), restrições estas justificadas a partir da tutela do direito à intimidade.

Ressalta-se que as disposições da supracitada Resolução têm como pano de fundo a sociedade da informação, marcada por constantes avanços tecnológicos e pela facilitação de acesso a dados, conhecimentos, informações através da rede mundial de computadores. Isto, logicamente, trouxe impactos ao meio jurídico, sobretudo quando se pensa na tutela jurisdicional através do processo judicial eletrônico.

Diante dessa nova configuração social da era da informação, importa analisar o alcance do princípio da publicidade, uma das pedras angulares do Estado Democrático de Direito, diante dos processos judiciais eletrônicos, realidade cada vez mais comum nos meios forenses. A verdade é que esse contexto digital permite o acesso facilitado das informações processuais; o que tem seu lado positivo de desburocratização e acessibilidade do processo, mas também acarreta riscos ligados à exposição facilitada dos dados pessoais dos litigantes, com conseqüente invasão da sua esfera privada.

2 PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

2.1 ÂMBITO DE PROTEÇÃO NORMATIVA DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

O princípio da publicidade é assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, em seu Art. 10, que assim dispõe: “todo ser humano tem direito, em plena igualdade, a uma justa e pública audiência por parte de um tribunal independente e imparcial, para decidir seus direitos e deveres ou fundamento de qualquer acusação criminal contra ele” (Resolução n. 217, 1948). Esse princípio está previsto ainda em outros documentos internacionais fundamentais como a Convenção

Europeia dos Direitos Humanos e o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos (Aprigliano, 2013).

Esta ampla proteção na esfera internacional é esperada levando em conta que, a publicidade dos atos processuais é princípio fundamental em favor de um processo justo e que visa proteger os jurisdicionados contra uma justiça secreta, que atue fora das possibilidades de controle pelo público (Reichelt, 2014).

Na esfera Constitucional brasileira, Art. 93, inciso IX, a publicidade também recebe proteção ao estabelecer que “todos os julgamentos dos órgãos do Poder Judiciário serão públicos, ... sob pena de nulidade” (Constituição Federal, 1988). Todavia, essa publicidade ampla, pode sofrer restrições, e o mesmo dispositivo permite que a lei limite a presença, em determinados atos, às próprias partes e a seus advogados, ou somente a estes, quando a preservação do direito à intimidade não prejudicar o interesse público à informação.

Há, nesse inciso, a inclusão pela da Ementa Constitucional n. 45 (2004), do direito à intimidade, que não aparecia no texto original. Passando a nova redação estar mais em consonância com o Art. 5º, inciso LX, que já expressamente permitia a restrição da publicidade (dos atos processuais) em defesa não apenas do interesse social, mas também da intimidade (Almeida, 2006). Como ressalta Aprigliano (2013) tanto a publicidade quanto a intimidade são protegidos constitucionalmente, devido ao marcante interesse público que os caracteriza, por isso é plenamente razoável que a publicidade ampla sofra restrições em determinadas situações.

Quanto à esfera infraconstitucional, ressalta Tucci (2015) que o Código de Processo Civil (CPC) de 2015 se norteia, em primeiro lugar, nas diretrizes traçadas pelo texto constitucional. E em relação à garantia da publicidade, manteve-se fiel aos dogmas clássicos do processo liberal, assegurando como regra, a publicidade absoluta ou externa.

O Art. 11 do CPC, inclusive manteve o disposto na Constituição Federal (CF) ao dizer “que todos os julgamentos dos órgãos do Poder Judiciário serão públicos ..., sob pena de nulidade” (Lei n. 13.105, 2015, n.p.). A exceção vem preconizada no respectivo parágrafo único, com a seguinte redação: nos casos de segredo de justiça, pode ser autorizada a presença somente das partes, de seus advogados, de defensores públicos ou do Ministério Público (Lei n. 13.105, 2015).

Coerente com estas premissas, o Art. 189 detalha um pouco mais a restrição à publicidade, que ocorreria: em caso de interesse público ou social; em defesa à

intimidade; (ambos já estavam expressos na CF). Em casos relacionados ao direito de família (como divórcio, união estável, discussão sobre alimentos, guarda de filhos); E que versem sobre arbitragem (sendo que a confidencialidade estipulada na arbitragem deve ser comprovada em juízo) (Tucci, 2015).

Ressalta-se que, no que concerne ao segredo de justiça em favor do interesse público ou social, lida-se com conceito jurídico vago, indeterminado. Sendo assim, seu conteúdo é ratificado pelo intérprete, culminando na decisão judicial de conceder ou não o segredo justiça para o caso analisado, vedando (ou não) a consulta dos autos para os que não são parte do processo (Andrade, 2018).

Já em casos relacionados a direito de família, ressalta Andrade (2018), hipóteses como divórcio, união estável, discussão sobre alimentos, guarda de filhos, representaria rol taxativo, não havendo margem para ampliação de hipóteses. Ademais, a lei teria retirado a publicidade nesses casos em favor da preservação da intimidade das pessoas envolvidas, evitando-se graves danos de ordem psicológica ocasionados pela exposição de sua esfera privada.

Assim, observa-se que, como o interesse a preservar num processo pode ser de ordem íntima, privada, é preciso analisar se a prova produzida vulnera a dignidade da pessoa humana envolvida na ação. Nesse caso, deve o juiz, norteado pela inviolabilidade à intimidade, honra, imagem valer-se do princípio da proporcionalidade para determinar a publicidade restrita (ou o segredo de justiça), fazendo prevalecer, em determinados casos, o direito à privacidade (Tucci, 2015).

2.2 DISCUSSÕES TEÓRICAS SOBRE O PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

A publicidade é ferramenta indispensável à existência de verdadeiro Estado Democrático de Direito (Reichelt, 2014). Tão grande é a importância dessa garantia, que sua previsão expressa é supérflua num sistema jurídico baseado na soberania popular (Aprigliano, 2013).

A publicidade “é essencial ao princípio democrático e ao princípio do Estado de Direito” (Sarlet, Marinoni, & Mitidiero, 2021, p. 388), portanto, é valor que tem assento “nos dois corações políticos que movem o Estado Constitucional” (Sarlet et al. 2021, p. 388). Por essa razão, ainda que não fosse prevista constitucionalmente de forma expressa, sua indispensabilidade seria consequência do caráter democrático da administração da justiça no Estado Constitucional.

Isto porque a presença do público nas audiências e a possibilidade de exame dos autos por qualquer pessoa representam o instrumento de fiscalização popular mais seguro sobre a atuação de magistrados, promotores públicos e advogados nos processos judiciais. Conforme bem expressa clássica frase de Mirabeau, teórico e ativista da Revolução Francesa: “Deem-me o juiz que desejarem: parcial, corrupto, meu inimigo mesmo, se quiserem; pouco me importa desde que ele nada possa fazer senão em público” (Aprigliano, 2013, p. 73).

Assim, quando as decisões judiciais são tomadas aos olhos do público, a responsabilidade dos atores do processo alcança outra dimensão, porque está havendo fiscalização dos atos processuais. Em outras palavras, o povo acaba atuando como o juiz dos juízes.

Reforçando o pensamento de Aprigliano (2013), Tucci (2015) ressalta que: “a publicidade é instrumento de controle da atividade dos órgãos jurisdicionais” (p. 193). E que vem atender a uma “exigência política de evitar a desconfiança popular na administração da justiça, até porque é mecanismo que controla a possibilidade de falha dos juízes” (Tucci, 2015, p. 193).

Assim, também a publicidade é medida capaz de assegurar que o magistrado fique livre de maledicências ou suspeitas em relação ao seu agir (Reichelt, 2014). E nesse sentido, a publicidade é pressuposto da imparcialidade e independência do juiz (Tucci, 2015). Mas a publicidade não apenas engloba a função fiscalizadora, possuindo também um substrato pedagógico, sendo um “dos melhores meios para a educação jurídica do povo” (Aprigliano, 2013, p. 77). Reichelt (2014) também reconhece essa função educativa que permite “a divulgação de ideias, incentivo ao interesse pela justiça e à elevação da confiança das pessoas no Poder Judiciário” (p. 3).

Portanto, a publicidade tem um apelo popular, que se volta ao público a quem se permite acompanhar julgamentos, as formas com que são processadas e decididas todas as causas, por meio de diferentes mecanismos (Aprigliano, 2013). Podendo ser categorizada como publicidade absoluta ou externa que seria aquela que “autoriza o acesso, na realização dos atos processuais, não apenas das partes, mas ainda ao público em geral” (Tucci, 2015, p. 197).

Apesar da evidente relevância do princípio da publicidade para o Estado democrático de direito, a própria Constituição Federal, como já sinalizado, estabelece exceções. Ou seja, nem sempre a publicidade vai ser absoluta (Tucci, 2015) ou ampla

(Grings, 2019), podendo ser categorizada também como restrita, interna (Tucci, 2015) ou para as partes (Aprigliano, 2013). Desse modo, em alguns casos, a publicidade vai abranger número reduzido de fiscalizadores, se concretizando apenas perante pessoas diretamente interessadas e seus respectivos procuradores judiciais, ou, ainda, somente com a presença destes. Essa restrição pode se dar ainda para alguns ou todos os atos processuais (Tucci, 2015).

Assim, nesses casos, os atos são públicos só com relação às partes e seus defensores, ou a um número reduzido de pessoas (Aprigliano, 2013). Com isto os indivíduos são protegidos contra os males dos juízos secretos, mas igualmente resguardados de alguns excessos, como a exposição indevida da intimidade dos litigantes. E haja vista que a publicidade, mesmo nesses casos de restrição, não é eliminada por completo, mas apenas reduzida em alcance, pode-se criticar a expressão “segredo de justiça”, de certo modo a técnica e inapropriada. Pois ela remeteria à ideia de juízos secretos, sem qualquer fiscalização, o que certamente se pretende evitar numa democracia (Tucci, 2015).

Nesse contexto, fica claro que a publicidade dos atos processuais “jamais poderá ser reduzida a tal ponto de impedir o seu conhecimento pelas próprias partes do processo ou seus advogados” (Rocha, 2017, p. 107). Há essa garantia mínima, que é uma dimensão interna da publicidade, a fim de proteger os jurisdicionados contra julgamentos secretos. Dessa forma, “somente a publicidade externa – ou seja, perante terceiros – ... pode ser restringida” (Rocha, 2017, p. 108)

Portanto, em tese, pelo menos a publicidade interna sempre vai existir, o que não significa que ela será sempre contemporânea ao ato processual. Em algumas situações excepcionais, a publicidade poderá ser diferida. Como esclarece Grings (2019), em alguns casos “em que a própria realização do ato pode ser frustrada se a parte dele tiver ciência anterior, como no cumprimento de medida liminar de busca e apreensão ou de mandado de prisão preventiva”, a publicidade se dá em momento posterior. Todavia, ultrapassada a situação excepcional, “a parte deverá ter acesso ao ato processual e à decisão judicial que o fundamentou” (Grings, 2019, n.p.). Caso contrário, estar-se-ia violando o princípio da publicidade, bem como o contraditório e a ampla defesa.

2.3 DIREITO À PRIVACIDADE

O direito à privacidade é visto como direito fundamental proveniente da personalidade. Conforme estabelece a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, em seu Art. 12:

Ninguém será sujeito à interferência na sua vida privada, na sua família, no seu lar ou na sua correspondência, nem a ataque à sua honra e reputação. Todo ser humano tem direito à proteção da lei contra tais interferências ou ataques (Andrade, 2018, p. 6).

Esse direito, proclamado pela Organização das Nações Unidas (ONU), passou a ser amplamente reconhecido por quase todos os países-membros, sobretudo os democráticos, que protegem a ampla liberdade das pessoas. No Brasil, o direito à privacidade, como já mencionado, também recebe tutela constitucional. O inciso X do Art. 5º da Constituição Federal (1988) apresenta a inviolabilidade da intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas. Essa garantia constitucional é reforçada pelo Código Civil, em seu Art. 21, que estabelece que: “a vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma” (Andrade, 2018, p. 6).

Em busca de melhor definir o que é privacidade, alguns autores entendem a vida privada dentro do contexto da relação do indivíduo com o meio social em que vive, compreendendo os contatos que ele faz com as instituições e pessoas. E, nesse sentido, traça-se uma distinção com o conceito de intimidade que denotaria as relações que o indivíduo estabelece com as pessoas mais próximas, como seus familiares.

O direito à privacidade teria por objeto os comportamentos e acontecimentos atinentes aos relacionamentos pessoais em geral, às relações comerciais e profissionais que o indivíduo não deseja que se espalhem ao conhecimento público. O objeto do direito à intimidade seriam as conversações e os episódios ainda mais íntimos, envolvendo relações familiares e amizades mais próximas. ... A reclusão periódica à vida privada é uma necessidade de todo homem, para a sua própria saúde mental. Além disso, sem privacidade, não há condições propícias para o desenvolvimento livre da personalidade. Estar submetido ao constante crivo da observação alheia dificulta o enfrentamento de novos desafios. A exposição diuturna dos nossos

erros, dificuldades e fracassos à crítica e à curiosidade permanentes de terceiros, e ao ridículo público mesmo inibiria toda tentativa de autossuperação. Sem a tranquilidade emocional que se pode auferir da privacidade, não há muito menos como o indivíduo se autoavaliar, medir perspectivas e traçar metas (Mendes & Branco, 2018, p. 285).

Se por um lado, existem autores que tentam traçar essa distinção entre privacidade e intimidade, outros doutrinadores como Sarlet et al. (2021) apontam que se trata de uma distinção difícil de sustentar, sobretudo devido à fluidez entre as várias dimensões da vida privada. “Embora ambas as dimensões (privacidade e intimidade) tenham sido expressamente referidas [na CF], haverão de ser analisadas em conjunto, pois se cuida de esferas (níveis) do direito à vida privada” (Sarlet et al., 2021, p. 199).

A partir dessa perspectiva mais abrangente, incluindo a intimidade no contexto mais amplo de proteção do direito à vida privada, pode-se dizer que a privacidade representa “o direito que tem o indivíduo de que não seja revelado, sem sua permissão, qualquer aspecto de sua personalidade, como imagem, voz, nome, pensamentos e dados pessoais” (Andrade, 2018, p. 252). Em outros termos, que não seja revelado, sem sua autorização, “qualquer aspecto reflexo da personalidade humana, seja por uma intromissão física, como ocorre com a invasão de domicílio, seja por invasão virtual” (Andrade, 2018, p. 252).

3 O PROCESSO CIVIL DIGITAL E A RESTRIÇÃO DA PUBLICIDADE PELA RESOLUÇÃO Nº 121/ 2010

Como já discutido anteriormente, o escopo protetivo na seara constitucional eleva o princípio da publicidade à pedra angular das sociedades democráticas. Entendendo-se a importância de todo e qualquer cidadão ser capaz de fiscalizar a atuação do judiciário, ainda que não seja parte do processo, isto nos casos não submetidos à publicidade restrita. Para isto é preciso a publicidade dos atos processuais.

Contudo, essa proteção ou blindagem contra arbitrariedades da Justiça, ganhou um olhar atualizado a partir da implementação do processo digital e com o advento da Lei n. 11.419 (2006), haja vista a divulgação facilitada dos autos processuais a qualquer pessoa no mundo através da internet (Rocha, 2017). Esta

situação tem gerado preocupações quanto à abusividade do princípio da publicidade em prejuízo ao direito à privacidade dos jurisdicionados.

Diante dessa facilitação de acesso aos autos do processo judicial através da rede mundial de computadores, Martins, Pereira e Machado (2018) questionam se, de fato, haveria a vulneração da privacidade e da intimidade dos litigantes e, conseqüente sobreposição de valores, apesar de a publicidade e a privacidade possuírem, ambos, mesmo status constitucional.

Ressalta-se que é justamente no contexto dessa sociedade informacional, em que a acessibilidade ampla a dados pode gerar reflexos econômicos, políticos e sociais num país, que o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) editou a Resolução n. 121 (2010), que relativizou o princípio da publicidade processual, a partir de um enfoque questionável. Mas que, à despeito disso, sinalizou uma preocupação do CNJ com a divulgação excessiva, estigmatizante e prejudicial de dados pessoais através dos portais eletrônicos dos tribunais.

Logo nas considerações iniciais da Resolução, o Conselho estabelece que a norma tem por objetivo trazer regulamentação sobre a divulgação de atos processuais, levando em consideração o direito à privacidade das partes, mas ainda se propondo à transparência dos atos processuais. O que estaria em consonância com o que preconizaria o Art. 11, § 6º da Lei n. 11.419 (2006), que vem estabelecer que os documentos eletrônicos:

estarão disponíveis para acesso por meio da rede externa pelas respectivas partes processuais, pelos advogados, independentemente de procuração nos autos, pelos membros do Ministério Público e pelos magistrados, sem prejuízo da possibilidade de visualização nas secretarias dos órgãos julgadores, à exceção daqueles que tramitarem em segredo de justiça (Lei n. 11.419, 2006, n.p.).

Ressaltam Martins et al. (2018) que há um evidente posicionamento do CNJ em privilegiar a privacidade em detrimento da publicidade ampla dos atos processuais, conforme disposição da Constituição e do Código de Processo Civil. Todavia, como regra, os atos processuais eletrônicos também deveriam estar submetidos aos preceitos da constituição (Art. 5º, LX e Art. 93, IX, Constituição Federal, 1988) e do CPC (Art. 189, primeira parte, Lei n. 13.105, 2015) no que tange à publicidade, com ressalva para os casos de publicidade restrita.

Em outros termos, assim como os autos de processos físicos, os autos

processuais eletrônicos também devem ser efetivamente públicos. Mas não é isto o que se observa quanto ao acesso pelo povo, haja vista que se impede a visualização ao conteúdo dos atos processuais, permitindo-se, quando muito, o acesso aos andamentos dos autos eletrônicos (Carvalho, 2016).

Conforme diretriz dos Art. 1º e 2º da Resolução n. 121 (2010), para o público em geral, veda-se a visualização do conteúdo integral dos autos digitais, havendo apenas a consulta a dados básicos do processo, que seriam: “I – número, classe e assuntos do processo; II – nome das partes e de seus advogados; III – movimentação processual; IV – inteiro teor das decisões, sentenças, votos e acórdãos” (Resolução n. 121, 2010, p. 2).

Ressalta-se que os processos físicos permanecem públicos a todos os cidadãos, exceto, logicamente, os casos que tramitam em sistema de publicidade restrita. Essa restrição genérica à publicidade, no que tange aos processos eletrônicos, indica que o Conselho apenas presumiu, ao editar a Resolução, que a ampla publicidade aos cidadãos dos autos digitais representaria, por si só, afronta ao direito de privacidade dos litigantes (Rocha, 2017).

Contudo, nem todos os processos teriam informações cuja divulgação violaria o direito à privacidade e à intimidade das partes. No caso de ações civis públicas, por exemplo, a publicidade tem evidente importância para a sociedade. E mesmo em ações entre particulares, nem toda publicidade necessariamente afronta a privacidade das partes. Ou seja, não há como presumir automaticamente essa violação. Essa presunção, segundo Rocha (2017), não se sustenta e a Resolução, nesse sentido, representaria um retrocesso em termos de garantias processuais.

Ademais, essa restrição genérica, como a chamou o autor, nem sequer resolveria o problema de superexposição dos litigantes, que continuariam vulneráveis. Isto porque, se não estiverem resguardados pela publicidade restrita, os autos eletrônicos continuam sendo acessíveis a procuradores, a membros do Ministério Público e a qualquer advogado, mesmo sem procuração nos autos. Então, em termos práticos, poderia haver a divulgação das informações processuais a terceiros. Assim, em lugar de proteger a privacidade, a Resolução n. 121 (2010) apenas aumentou a dependência dos cidadãos em relação aos advogados. Mesmo terceiros interessados, que queiram ter acesso ao conteúdo dos autos eletrônicos, teriam que contratar advogado com essa finalidade (Rocha, 2017).

A Resolução cria ainda outra restrição ao princípio da publicidade para

advogados, procuradores e membros do Ministério Público. O Art. 3º, § 1º estabelece que quando tais figuras não estão vinculados ao processo, precisam se cadastrar previamente e demonstrar interesse, a fim de terem acesso amplo aos autos eletrônicos. Adiciona-se, com isto, duas barreiras que não existiam na tramitação de processos físicos. Essa restrição, supostamente, também objetiva proteger informações privadas, cuja divulgação causaria exposição excessiva aos litigantes, como dados bancários, telefones e fotos que não deveriam ser divulgadas para a sociedade em geral (Martins et al., 2018).

Assim, nota-se que o CNJ cria, através da Resolução n. 121 (2010), requisitos não localizados na literalidade do Art. 189 do CPC. E passa, através dessa norma, a permitir o acesso integral aos autos eletrônicos apenas a um grupo reduzido de pessoas: às partes litigantes e seus respectivos advogados, aos procuradores, membros de Ministério Público e advogados não vinculados que se cadastrarem previamente no sistema e demonstrem interesse. Assim, fica evidente que houve mitigação ao princípio da publicidade (Martins et al., 2018).

Ressalta-se que a crítica tecida à Resolução não implica numa ignorância sobre os riscos ligados ao avanço da tecnologia a que os litigantes podem estar suscetíveis, diante de publicidade descuidada de informações privadas. Na realidade, “não resta dúvida de que, em tempos de constante vigilância cibernética, a proteção da privacidade e da intimidade se torna cada vez mais necessária” (Martins et al., 2018, p. 9). Mas, como se observou, essa restrição genérica da Resolução não impediria o vazamento de informações íntimas das partes, haja vista que, alguns sujeitos, continuam a ter acesso amplo aos autos do processo.

O campo de proteção da privacidade no que tange ao processo eletrônico, então, não residiria numa restrição genérica da publicidade. Pois, por um lado, esta restrição indevida poderia atingir, inclusive, atos de interesse público, a exemplo dos casos de ações civis públicas, que acarretam amplo interesse para a sociedade. E, por outro lado, não garante que informações privadas não sejam divulgadas a terceiros, haja vista a possibilidade de acesso aos autos virtuais por procuradores, membros do Ministério Público e advogados, mesmo não vinculados ao processo.

Martins et al. (2018) apontam sugestão de Augusto Marcacini, que aventa possibilidade de imposição de sigilo de justiça para alguns atos processuais e documentos, a exemplo de declarações fiscais, dados bancários e demais informações de âmbito pessoal. Ou, ainda, a criação de campos destinados a dados

pessoais (RG, CPF, estado civil, endereço etc.) sem a sua inserção na petição inicial, protegendo o sigilo dessas informações. Afinal, nem todos os atos processuais e documentos terão caráter privado. Nem tudo que será divulgado num processo vai ferir o direito à privacidade.

Assim, muito melhor do que impor restrição genérica à publicidade é criar mecanismos mais efetivos para a proteção à privacidade dos litigantes, através de aprimoramento dos sistemas eletrônicos dos tribunais. E, em obediência à Constituição e ao CPC, deve-se possibilitar a proteção do sigilo de atos e documentos, cuja divulgação violariam o direito à privacidade. Ademais, ressaltando-se, sempre, os casos que tramitem em segredo de justiça.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O princípio da publicidade tem importante papel social, possibilitando a fiscalização dos atos processuais pela sociedade. Sendo assim, devido à sua importante função democrática, a publicidade deve ser a regra. Todavia, não se trata de valor absoluto, podendo ser restringido em algumas hipóteses estabelecidas pela CF e pelo CPC. Sendo assim, a publicidade pode ser limitada em favor da proteção de determinados valores, como o direito à privacidade e à intimidade.

Assim, numa dimensão externa a publicidade pode vir a sofrer impactos relativos ao segredo de justiça. Todavia, sua dimensão interna representa garantia mínima do jurisdicionado contra o arbítrio estatal, não podendo ser totalmente eliminada em prol de outros valores. Nesse contexto, adotou-se como regra que os autos processuais seriam públicos, exceto nos casos em que imperar o regime de publicidade restrita. Não havia discussão quanto a isto quando se pensava no trâmite de processos físicos.

Todavia, com a chegada dos processos judiciais eletrônicos e os riscos relativos à superexposição de dados privados dos litigantes, com a facilitação do acesso aos sistemas dos tribunais através da internet, passou-se a questionar essa publicidade ampla dos atos e documentos processuais. Nesse contexto, o CNJ editou a Resolução nº 121 (2010), que estabeleceu uma restrição genérica à publicidade dos atos processuais ao público em geral, que passou a ter acesso apenas a alguns dados básicos do processo, tais como: número, classe e assuntos do processo, nome das partes e de seus advogados, vedando-se a exposição do conteúdo dos autos. Essa

restrição foi pensada em favor da proteção à privacidade das partes.

O CNJ presumiu, erroneamente, ao editar a Resolução, que a ampla publicidade dos autos digitais aos cidadãos representaria, por si só, afronta ao direito de privacidade dos litigantes. Todavia, nem todos os processos teriam informações cuja divulgação violaria o direito à privacidade e à intimidade das partes, a exemplo, das ações civis públicas, que, aliás, possuem relevante interesse social.

Assim, quanto à publicidade dos atos processuais nos processos digitais, notou-se um retrocesso de garantias constitucionais, havendo uma evidente mitigação do princípio da publicidade. Nesse contexto, é preciso que o CNJ reconsidere essa restrição indevida que, ao mesmo tempo que fere importante princípio, tampouco garante efetiva proteção da privacidade. Isto porque os autos processuais ainda podem ser acessados por procuradores, membros do Ministério Público e advogados, que poderiam divulgar informações privadas a terceiros.

Melhor saída seria implementar a publicidade ampla nos processos eletrônicos e, ao mesmo tempo, garantir efetiva proteção à intimidade, respeitando-se o sigilo referente a atos e documentos processuais privados, o que pode ser realizado, por exemplo, a partir do aprimoramento de sistemas eletrônicos, que permitam a inserção de dados (como RG, CPF, endereço etc.) em campos restritos.

REFERÊNCIAS

- Almeida, J. C. A., Jr. (2006). O princípio da publicidade no processo frente à EC 45/2004 e o processo eletrônico. *Revista de Processo*, 31(142), 89-105. Recuperado de <https://revistadostribunais.com.br>.
- Andrade, R. A. (2018). Justiça Digital. *Revista Brasileira de Advocacia*, 9, 243-259. Recuperado de <https://revistadostribunais.com.br>.
- Aprigliano, R. C. (2013). O princípio da publicidade e o processo eletrônico. *Revista do Advogado*, 120, 75-83. Recuperado de <https://revistadostribunais.com.br>.
- Carvalho, A., F^o. (2016). Os atos processuais eletrônicos no CPC/2015. *Revista de Processo*. 262, 469-481. Recuperado de <https://revistadostribunais.com.br>.
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.
- Grings, M. G. (2019). *Publicidade processual, liberdade de expressão e super-injunction*. São Paulo: Thomson Reuters.

- Lei n. 11.419, de 19 de dezembro de 2006.* Dispõe sobre a informatização do processo judicial. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11419.htm.
- Lei n. 13.105, de 16 de março de 2015.* Institui o Código de Processo Civil. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm.
- Martins, M. G., Pereira, J. L. P., & Machado, R. M. (2018). A mitigação do princípio da publicidade e a Resolução 121/2010 do CNJ na sociedade da informação. *Revista de Processo*, 281, 123-140. Recuperado de <https://revistadotribunais.com.br>.
- Mendes, G. F., & Branco, P. G. G. (2018). *Curso de direito constitucional* (13a ed. rev. e atu.). São Paulo: Saraiva Educação.
- Reichelt, L. A. (2014). A exigência de publicidade dos atos processuais na perspectiva do direito ao processo justo. *Revista de Processo*, 39(234), 77-97. Recuperado de <https://revistadotribunais.com.br>.
- Resolução n. 121, de 05 de dezembro de 2010.* Dispõe sobre a divulgação de dados processuais eletrônicos na rede mundial de computadores, expedição de certidões judiciais e dá outras providências. Recuperado de <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/atos-normativos?documento=92>.
- Resolução n. 217, de 10 de dezembro 1948.* Declaração Universal dos Direitos Humanos. Recuperado de <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>.
- Rocha, H. M. F. (2017). Garantias fundamentais do processo brasileiro sob a ótica da informatização judicial. *Revista Iberoamericana de Derecho Procesal*, 5, 85 –127,. Recuperado de <https://revistadotribunais.com.br>.
- Sarlet, I. W., Marinoni, L. G., & Mitidiero, D. (2021). *Curso de direito constitucional* (10a ed.). São Paulo: Saraiva Educação, 2021.
- Tucci, J. R. C. (2015). Garantias constitucionais da publicidade dos atos processuais e da motivação das decisões no novo CPC. In D. G. Ribeiro, & M. F. Jobim. (Orgs.), *Desvendando o novo CPC* (pp. 99-109). Porto Alegre: Liv. do Advogado.
- Emenda Constitucional n. 45, de 30 de dezembro de 2004.* Altera dispositivos dos arts. 5º, 36, 52, 92, 93, 95, 98, 99, 102, 103, 104, 105, 107, 109, 111, 112, 114, 115, 125, 126, 127, 128, 129, 134 e 168 da Constituição Federal, e acrescenta os arts. 103-A, 103B, 111-A e 130-A, e dá outras providências. Recuperado de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc45.htm.