



LA PUBLICIDAD DE LOS JUICIOS

Señoras Ministras y señores Ministros de la Corte Suprema

Nuevas abogadas y nuevos abogados

Señoras y señores:

En este importante momento de sus vidas, en el que obtienen el título profesional, para lo cual han comprometido desempeñar leal y honradamente la abogacía resulta pertinente destacar que la lealtad en el ejercicio de la profesión tiene diferentes aristas.

Se ha dicho que ésta debe observarse para con el cliente, con el adversario, con el juez y con la sociedad.

En efecto, hay una lealtad para con quienes toman parte en el proceso: intervinientes, peritos, testigos, abogados y magistrados, en orden a expresar los fundamentos y aportar los antecedentes durante la litis.

Toda alusión pública al juicio, los hechos, sus antecedentes, la decisión y las personas que han tomado parte en él corresponde hacerla con ponderación, teniendo siempre presente que éste sólo hecho puede afectar, en mayor o menor medida, las garantías dispuestas por el legislador, entre ellas la presunción de inocencia, el contradictorio e igualdad de armas, por mencionar algunas.

La razón es muy simple: No todos tienen acceso a los medios de comunicación social.

Surge así el tema de la correcta publicidad de los procedimientos.

En otras oportunidades me he referido a la materia expresando que estoy de acuerdo con dicha publicidad, por ser parte de la transparencia en que está empeñado el Poder Judicial, circunstancia que difiere de su exacerbación con afectación de garantías de terceros.

Como ustedes han podido advertir, en la actualidad, ante una sociedad con opinión, conocedora de sus derechos y garantías, la cual es más demandante de la acción de sus autoridades y que tiene todo el derecho de emitir su opinión sobre los distintos aspectos del acontecer social, corresponde tener presente el posible conflicto de derechos en que siempre se debe propender a la obtención del total respeto y efectiva vigencia de todos ellos.

Los tiempos que corren han traído consigo nuevas consignas, nuevos valores, y las sociedades modernas requieren del Estado una actitud más activa en la defensa y promoción de todos los derechos. Es lo que ocurre, por ejemplo, con el principio de transparencia, que hoy día, desde la vigencia de la Ley 20.285, sobre Acceso a la Información Pública, ha venido a remover la vieja cultura de la reserva.

El propio Poder Judicial ha realizado ingentes esfuerzos por sumarse a esta tendencia, y actualmente –según ha sido reconocido en informes de organismos internacionales como la Organización de Estados Americanos- desarrolla su labor cumpliendo altos estándares de transparencia, con una política de amplia publicidad y un compromiso institucional de entregar la mayor información a la ciudadanía en forma clara, asertiva, con un lenguaje comprensible, sin más límite que las exigencias legales que establecen la reserva o el secreto de asuntos específicos.

Publicidad de los procedimientos: concepto y situación en Chile

Pero ¿qué hay de la publicidad de los procedimientos? A menudo, cuando se habla del principio de publicidad se suele distinguir entre la publicidad para las partes y la publicidad general.

Se trata, sin embargo, de una distinción que carece de sentido, pues cuando se alude a la publicidad de las partes en realidad se está haciendo referencia al principio de contradicción o de la audiencia debida, que hoy en día rige sin contrapeso, pues se entiende que es condición esencial para la validez de los procedimientos. Atrás quedó la

era del secreto de sumario, y hoy día entendemos que un proceso sin bilateralidad no es un auténtico proceso.

Pues bien, la publicidad a la que nos referimos –la verdadera publicidad-, es la que está relacionada con terceros, el público, en fin, a cualquiera que sin ser parte de un proceso, quiera asistir a él o examinar sus antecedentes.

Esta dimensión de la publicidad –y aquí radica su importancia- es expresión de una decisión política y se consolida como uno de los medios de fortalecer la confianza del pueblo en los tribunales e igualmente, como un medio de control de la Justicia. Dicho en otras palabras, es la fiscalización de la gente a la Justicia, es el control del ciudadano a la actividad jurisdiccional.

Don Andrés Bello expresó en sus “Opúsculos Jurídicos”, que “la publicidad de los juicios, bajo cualquier aspecto que se mire, es, de todas las instituciones políticas, la más fecunda de buenos efectos. Ella es el único preservativo seguro de la arbitrariedad i de las prevaricaciones” (Andrés Bello, La publicidad de los juicios, año 1830).

Esta idea fue desarrollada por el jurista inglés Jeremías Bentham, quien hablaba de la publicidad de los juicios no tanto para que cumpla la función de transmitir valores, sino más bien pensando en una función inversa: la posibilidad de controlar a los funcionarios judiciales.

La Reforma Procesal Penal fue crucial en esta forma de entendimiento, donde la publicidad fue concebida al mismo tiempo como un principio y como una condición necesaria para la tarea de fiscalización que todo ciudadano tiene derecho a desplegar sobre las instituciones llamadas a administrar justicia: el Ministerio Público, el querellante, el Defensor Público o privado, en fin, los tribunales.

Sin embargo, el principio de publicidad de las actuaciones judiciales hoy se reconoce como transversal en nuestro ordenamiento jurídico.

Desde ya el propio Código Orgánico de Tribunales establece en su artículo 9 que “los actos de los tribunales son públicos, salvo las excepciones expresamente establecidas por la ley”. Se reitera la norma en el artículo 289 del Código Procesal Penal, 425 del Código del Trabajo y 15 de la Ley N° 19.968, sobre tribunales de familia. Nuestra propia

Constitución Política consagra el principio de publicidad como marco general de los actos del Estado, cuando dispone en el inciso segundo del artículo 8 que “son públicos los actos y resoluciones de los órganos del Estado, así como sus fundamentos y los procedimientos que utilicen”.

Los tratados internacionales suscritos por Chile hacen otro tanto. El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos establece en su artículo 14.1 el derecho de toda persona a un proceso público, y el Pacto de San José de Costa Rica hace lo propio en relación con los procesos penales en su artículo 8.

Relación del principio de publicidad con la oralidad y los medios de comunicación

Dos aspectos relacionados con la publicidad de los juicios quisiera destacar ante ustedes.

Primero, sin perjuicios de las consagraciones positivas arriba señaladas del principio en comento, es necesario que sepamos que se facilita la publicidad de los juicios la oralidad de los mismos. Con oralidad existe mayor publicidad efectiva, por la clara comprensión de lo que se expone, dado que en los procedimientos escritos las presentaciones suelen ser más técnicas y queda su extensión a la prudencia de quienes las presentan.

Los procedimientos orales (y concentrados) permiten una publicidad más efectiva y, con ello, la fiscalización popular del funcionamiento de la justicia.

En segundo término, se debe destacar en la materia el rol de los medios de comunicación. Su importancia, como habrán de suponerse, es relevante, igualmente es de importancia crucial su responsabilidad, al punto que no es posible hablar hoy día de un proceso público si no tienen acceso los medios de comunicación social (prensa escrita, radio, televisión). Son éstos los que, al fin y al cabo, transmiten la información a la colectividad toda y, con ello, permiten por su intermedio el acceso al proceso judicial del público en general. Se les debe reconocer en su labor y destacar su importancia.

Los juicios debieran ser conocidos más allá del círculo de quienes toman parte en el mismo, pudiendo tener una proyección general, y esa difusión no puede hacerse efectiva más que con la asistencia de los

medios de comunicación social a las audiencias. Los periodistas, y los medios de comunicación social para los que trabajan, asumen el papel de conductores de la información, en muchas oportunidades intérpretes e intermediarios entre la noticia y el público que está interesado en conocer ciertos acontecimientos que, por su entidad y relevancia, han captado la atención de la sociedad.

Podrán ustedes advertir, inmediatamente, que el principio de publicidad de los procesos, el derecho a comunicar y recibir libremente información, pueden entrar en colisión con otros derechos fundamentales, como el derecho a la presunción de inocencia del imputado, el derecho a su intimidad personal y a su propia imagen, entre otros.

Este conflicto de derechos fundamentales ha obligado a la autorregulación de los medios de comunicación y a conceder a los afectados la posibilidad de requerir las aclaraciones y rectificaciones pertinentes, como el derecho de petición para recurrir ante la autoridad administrativa y de accionar ante el tribunal pertinente en resguardo de las garantías que se puedan ver afectadas con motivo de la actividad del periodismo.

Ustedes nuevas y nuevos abogados tienen un desafío creciente: equilibrar la mayor aplicación del principio de publicidad de los juicios por los tribunales, el más amplio acceso a las audiencias por los medios de comunicación, como el derecho a comunicar y recibir libremente información por la sociedad, por una parte, y, por otra, resguardar la plena vigencia de la presunción de inocencia del imputado, el derecho a la privacidad e intimidad personal, como al hecho que no se vea afectada su propia imagen y honra.

Les felicito nuevamente por el logro, congratulaciones que extiendo a sus familiares y amigos que les han acompañado en este camino.

Muchas gracias.