



Francisca Valencia Arias

LA PUBLICIDAD JUDICIAL EN EL PROCESO PENAL (DES) REGULACIÓN Y RIESGOS EN LA ERA DIGITAL

Un análisis exegético al principio de publicidad en el
ordenamiento procesal penal a la luz de las dinámicas
actuales de difusión de información

Colección de ensayos

Francisca Valencia Arias

La publicidad judicial en el proceso penal (des) regulación y riesgos en la era digital

Un análisis exegético al principio de publicidad
en el ordenamiento procesal penal a la luz de las
dinámicas actuales de difusión de información



LA PUBLICIDAD EN EL PROCESO PENAL (DES)REGULACIÓN
Y RIESGOS EN LA ERA DIGITAL

FRANCISCA VALENCIA ARIAS

www.rubiconeditores.cl

contacto@rubiconeditores.cl

ISBN: 978-956-6431-13-8

1ª edición octubre de 2025

Tiraje: 400 ejemplares

Impreso en Chile / Printed in Chile

Ninguna parte de este libro puede ser reproducida, transmitida o almacenada, sea por procedimientos mecánicos, ópticos o químicos, incluidas las fotocopias, sin permiso escrito del editor.

(...)

*Si hay balanza, no se desnivelan los platillos
Si hay justicia, ¡hela aquí!*

*Morir lo imprescindible, sin pasarse de la raya.
Y, del resto salvado, rebrotar lo necesario.*

*También nosotros sabemos dividirnos, es verdad.
Pero sólo en cuerpo y en susurro que se quiebra.
En cuerpo y en poesía.*

*La garganta a un lado; al otro, la risa,
ligera y al pronto sofocada.*

*Aquí, oprimido, el corazón; allá non omnis moriar,
sólo tres palabras, tres plumas al vuelo.*

*El abismo no nos escinde.
El abismo nos rodea.*

Wisława Szymborska

ÍNDICE

ABREVIATURAS	13
PRÓLOGO	15
I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: HONRA E IMAGEN DEL IMPUTADO EN JUICIOS ABIERTOS A LA DISCUSIÓN PÚBLICA	21
A. INTRODUCCIÓN: LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS JUDICIALES PENALES	23
B. LOS DERECHOS USUALMENTE AFECTADOS EN LA PRÁCTICA DE LA PUBLICIDAD JUDICIAL: UNA DELIMITACIÓN AL DERECHO A LA PRIVACIDAD, LA HONRA E IMAGEN	29
1. DERECHO A LA PRIVACIDAD	29
A) DERECHO A LA PROPIA IMAGEN	31
2. DERECHO A LA HONRA	32
C. LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA: EL DERECHO QUE NO ES POSIBLE DE VULNERAR POR PARTICULARES. LEGITIMACIÓN ACTIVA DEL PRINCIPIO	37
1. LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA EN LOS JUICIOS PARALELOS	37
2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRINCIPIO DE PRESUNCIÓN DE INOCENCIA	38

3. DESTINATARIO DE LA NORMA DE PRESUNCIÓN DE INOCENCIA	40
II LA PUBLICIDAD JUDICIAL:	
UNA REVISIÓN DOGMÁTICA Y JURÍDICA	47
A EL PRINCIPIO DE PUBLICIDAD JUDICIAL: FUNDAMENTO Y FUNCIÓN TEÓRICA	47
1. FUNDAMENTO DE LA PUBLICIDAD DEL PROCESO	47
2. LA FUNCIÓN DUAL DE LA PUBLICIDAD: LEGITIMACIÓN Y PREVENCIÓN	50
3. LA PUBLICIDAD COMO GARANTÍA EN EL PROCESO PENAL: LA SUFICIENCIA DEL PRINCIPIO	52
B. LA PUBLICIDAD JUDICIAL EN EL DERECHO PROCESAL PENAL CHILENO	56
1. LA PUBLICIDAD JUDICIAL COMO PILAR DE LA REFORMA	56
2. FUENTES, DESARROLLO LEGISLATIVO Y APLICACIÓN	57
A) MAPA GENERAL DE LAS FUENTES NORMATIVAS EN MATERIA DE PUBLICIDAD	57
B) LA BIDIMENSIONALIDAD DE LA PUBLICIDAD EN EL PROCESO PENAL CHILENO	59
3. ARTÍCULO 289 DEL CPP COMO REGLA GENERAL DE PUBLICIDAD EN MATERIA PENAL	63
A) HISTORIA DE LA NORMA	63
B) LA DISCRECIONALIDAD Y EL VACÍO DEL ARTÍCULO 289	67
4. DEFICIENCIA (VACÍOS) DE LA NORMA: LA REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD A TRAVÉS DE ACTAS DE LA CORTE SUPREMA	69
A) ¿QUÉ SON LOS AUTOS ACORDADOS? AUTOS ACORDADOS COMO INSTRUMENTO JURÍDICO PRODUCTOR DE NORMA.....	69
B) AUTOS ACORDADOS EN MATERIA DE PUBLICIDAD	71
I. AUTOS ACORDADOS EN EL ANTIGUO MODELO	71

II. ACTA N° 284-2009	75
III. ACTA N° 44-2022	78
IV. AUTO ACORDADO 164-2024.....	83
C) CUESTIONAMIENTO DE LOS AUTOS ACORDADOS COMO FUENTES DE DERECHO	85
5. OTROS AVANCES EN MATERIA DE PUBLICIDAD	87
A) LEY N° 21.057 Y LA PROTECCIÓN DE NNA EN AUDIENCIAS	87
B) LEY N° 21.523 Y SU MODIFICACIÓN A LA LEY DE PRENSA ("LEY ANTONIA") 90	
C) PROPUESTA DE REFORMA AL ARTÍCULO 289 DEL CÓDIGO PROCESAL PENAL	94
6. DESARROLLO JURISPRUDENCIAL EN MATERIA DE PUBLICIDAD	97
A) PRIMACÍA DEL DERECHO A INFORMAR EN CASO DE INVE- STIGACIÓN EN CURSO, POR SOBRE LA PRIVACIDAD Y LA HONRA... 97	
B) PRIMACÍA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN POR SOBRE EL DERECHO AL OLVIDO POR EL CRITERIO DE INTERÉS PERIO- DÍSTICO	99
C) LAS LIMITACIONES CAUTELARES DE LA PROHIBICIÓN DE IN- FORMAR A FAVOR DE PROTEGER LA PRIVACIDAD Y LA HONRA NO ENCUENTRAN ASIDERO EN NUESTRA LEGISLACIÓN	100
D) NO ES POSIBLE RESPONSABILIZAR A CANAL DE TELEVISIÓN POR TRANSMITIR EL ACTA ÍNTEGRA DE DELIBERACIÓN DE SENTENCIA, AUN CUANDO INVOLUCRE DELITOS SEXUALES Y DERECHOS DE MENORES, POR CUANTO NO SE HIZO VALER EN EL PROCESO DICHS ELEMENTOS.....	102
E) LA PUBLICIDAD ES LA REGLA GENERAL, POR LO QUE UNA PROHIBICIÓN GENERAL DE INGRESO DE PERIODISTAS NO ESTÁ PERMITIDA	104
F) EL ARTÍCULO 289 DEL CÓDIGO PROCESAL PENAL COMO NOR- MA DIRECTIVA EN LA PUGNA ENTRE LA LIBERTAD PERIODÍS- TICA Y LA PRIVACIDAD	105

7. CASO HIJITUS: UN EJEMPLO ACERCA DEL PELIGRO DE LA FALTA DE REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL PROCESO PENAL	107
III MANEJO REACTIVO DE LA TENSION ENTRE HONRA Y PUBLICIDAD: EL CASO CHILENO	111
A. CASO EJEMPLIFICADOR: HIJITUS Y LAS ACCIONES DE PROTECCIÓN DE DERECHOS FUERA DEL PROCESO PENAL	112
1. RECURSO DE PROTECCIÓN: CONDENA PÚBLICA COMO LÍMITE A LA LIBERTAD DE EMITIR OPINIÓN E INFORMAR: HIJITUS V/S SCHILLING ET AL.	112
2. ABSOLUCIÓN EN SEDE PENAL: CONSIDERACIONES DEL TRIBUNAL SOBRE LA MEDIATIZACIÓN Y LA FALTA DE OBJETIVIDAD DEL MINISTERIO PÚBLICO	115
3. LA RESPONSABILIDAD DEL MINISTERIO PÚBLICO EN EL CASO: HIJITUS V/S EL FISCO DE CHILE	118
4. INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS POR RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL POR HECHOS EMITIDOS CON RIBETES SENSACIONALISTAS: HIJITUS V/S TVN	123
5. INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS POR RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL POR EXPOSICIÓN ANTE LA OPINIÓN PÚBLICA	126
B. LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD RESPECTO DE LA VÍCTIMA: EL CASO NABILA	128
IV DERECHO COMPARADO Y LAS LIMITACIONES RAZONABLES A LA PUBLICIDAD	133
V CONCLUSIONES Y UNA PROPUESTA DE CRITERIOS DE LEGE FERENDA PARA LA PUBLICIDAD JUDICIAL EN EL PROCESO PENAL CHILENO	139
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	147

ABREVIATURAS

A.A	Auto Acordado
Art.	Artículo
CNTV	Consejo Nacional de Televisión
COT	Código Orgánico de Tribunales
CPP	Código Procesal Penal
CPR	Constitución Política de la República de Chile
CS	Corte Suprema
PJUD	Poder Judicial

PRÓLOGO

La publicidad judicial y su delimitación se perfilan hoy como uno de los grandes problemas del derecho procesal contemporáneo. Las transformaciones en la relación entre justicia y opinión pública han impactado de manera particular al proceso penal y, en especial, al juicio oral y público que constituye su núcleo legitimador. Ante la masificación de las posibilidades de creación y difusión de contenidos a través de las redes sociales, y frente al surgimiento del fenómeno de los “juicios paralelos”, la publicidad no puede concebirse únicamente como una garantía o principio procesal. Cada vez adquiere mayor relevancia atender a los riesgos que plantea para bienes jurídicos tan fundamentales como la privacidad, la honra y la presunción de inocencia, entre otros. El escenario actual exige repensar el alcance de la publicidad, examinar críticamente sus límites y buscar un equilibrio que permita preservar sus ventajas y, al mismo tiempo, contener sus riesgos. En las páginas de este libro, Francisca Valencia Arias ofrece una contribución pionera a ese desafío en el contexto del derecho procesal penal chileno.

La obra se concibió en el marco del Fondecyt Iniciación 11220600: “La justicia en vitrina, un estudio dogmático sobre los riesgos de la publicidad judicial y su adecuada limitación”, ejecutado entre 2022 y 2025, del cual el autor de este prólogo fue investigador responsable. Este proyecto buscaba la actualización del principio de publicidad en distintas áreas del derecho procesal. Valencia Arias asumió la responsabilidad de investigar y elaborar una tesis bajo mi

dirección sobre la publicidad en el proceso penal chileno. El resultado fue una memoria de pregrado de excelencia, galardonada con el Premio Manuel Egidio Ballesteros 2024 del Departamento de Derecho Procesal de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile. Me alegra profundamente que, con la publicación de este libro, las valiosas contribuciones dogmáticas de la obra queden al alcance de un público más amplio.

Entre los múltiples aportes del trabajo de Valencia, me limitaré a destacar solo algunas reflexiones, particularmente notables si se considera que provienen de una jurista que recién inicia su carrera académica. Desde un principio, la autora aborda el tema en términos de una tensión constitutiva entre el principio de publicidad y los bienes jurídicos que suelen verse afectados por él. Este enfoque permite evitar de inicio las miopías de posturas comprometidas en forma absoluta o desmesurada con el valor de la publicidad, o con intereses particulares de confidencialidad. En sus páginas iniciales, la autora reconstruye la progresiva mediatización de los juicios penales en Chile, mostrando, con datos y ejemplos, cómo ha evolucionado la cobertura de los procesos de mayor connotación pública. Este marco de análisis le permite delimitar con precisión los intereses en juego —privacidad, imagen, honra, presunción de inocencia— adoptando una primera toma de postura: los particulares y los medios de comunicación carecen de la aptitud jurídica para vulnerar la presunción de inocencia, considerando que tampoco están en condiciones de desvirtuarla (sin excluir la responsabilidad de los particulares por la afectación de otros derechos). Incluso quien objeta esta tesis, debe reconocer que aporta a precisar los términos de discusión en torno al alcance de la presunción de inocencia como norma de trato y su relación con otros bienes jurídicos, especialmente el derecho a la honra y privacidad de los imputados en las fases iniciales del proceso penal.

El núcleo del trabajo lo constituye el análisis detallado del principio de publicidad de juicio en el proceso penal. La autora examina sus fundamentos doctrinales, entre los cuales destaca las funciones de legitimación y prevención, para luego aclarar el desarrollo de

la normativa positiva relacionada con la publicidad, con especial atención al artículo 289 del Código Procesal Penal. Nuevamente, el lector se beneficia de una lectura crítica de dicha disposición, cuyo mérito radica en especificar con claridad sus insuficiencias: la ausencia de criterios explícitos para limitar la publicidad, la concesión de un margen excesivo de discrecionalidad y la relegación de las restricciones a la iniciativa de las partes. Esta revisión de las normas legales se complementa con una exposición de los autos acordados dictados por la Corte Suprema en materia de publicidad. Se devela cómo el propio Poder Judicial ha debido llenar vacíos regulatorios adoptando reglas de interacción con los medios de comunicación y de resguardo de los intereses de los intervinientes. Aquí la autora entrega una genealogía normativa de singular detalle, que abarca desde las primeras regulaciones del siglo XX hasta las reformas legislativas más recientes.

Un tercer aporte innovador es la distinción entre un manejo reactivo y un manejo preventivo de los riesgos de la publicidad. Mientras el primero depende de acciones posteriores, como las demandas civiles por afectaciones de la honra, el segundo se proyecta en el diseño mismo de las reglas procesales para evitar la vulneración de derechos antes de que ocurra. Esta lectura, que atraviesa toda la obra, permite replantear el debate más allá de las visiones tradicionales que conciben la publicidad como principio procesal sujeto a excepciones. En lugar de eso, la autora muestra que existen diferentes formas de estructurar el control de la publicidad y propone privilegiar una regulación procesal preventiva, que evite que los abusos mediáticos erosionen la legitimidad del sistema de justicia.

En sus conclusiones, la autora formula algunas propuestas concretas para el desarrollo de la publicidad en el proceso penal: fortalecer la iniciativa judicial en las decisiones sobre medidas restrictivas a la publicidad, diferenciar distintos niveles de suficiencia del principio, impulsar adecuadamente la anonimización y evitar la fragmentación normativa. Se trata de propuestas que sin duda enriquecen el debate en torno a la publicidad penal, sea frente a

reformas legislativas, sea para lograr un mejor ajuste dogmático de la normativa vigente.

Esta selección de momentos destacados del libro permite anticipar que la comunidad jurídica se beneficiará de la obra en distintos niveles. En primer lugar, el lector interesado en conocer la evolución de la publicidad judicial encontrará aquí una sistematización de abundante material normativo, jurisprudencial y doctrinal, presentada en un formato que no solo orienta en el plano descriptivo, sino que además ofrece categorías analíticas útiles. En segundo lugar, quien busque una mirada crítica hallará un enfoque que no se limita a reproducir definiciones abstractas e inertes, sino que se construye como un itinerario de problemas y alternativas de solución. Finalmente, la obra ofrece propuestas que destacan por su originalidad. No se conforma con reiterar los argumentos tradicionales, sino que se atreve a cuestionarlos y a plantear alternativas. En su conjunto, se trata de un trabajo que conjuga solidez analítica con sensibilidad frente a los desafíos actuales, y que sin duda es de interés para abogadas y abogados especializados en derecho procesal, pero también para toda persona preocupada por la relación entre justicia, medios y ciudadanía. Al recorrer sus páginas, el lector descubre no solo una radiografía crítica del estado actual de la regulación en Chile, sino también la apertura de caminos para pensar en futuras reformas.

No deja de impresionar que estos aportes tengan su origen en una tesis de pregrado. Se trata, sin duda, de una expresión de la excepcional disciplina, creatividad y claridad analítica de la autora. Al mismo tiempo, muestra cómo la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile genera espacios de debate de alta calidad a partir de las inquietudes intelectuales de sus estudiantes, en coherencia con un ideal universitario que vincula docencia e investigación. Este libro es, por lo tanto, también testimonio de los frutos de una apuesta por difundir y estimular voces jóvenes en la discusión procesal.

Por ello, presento con entusiasmo este libro, convencido de que representa una innovadora contribución a la doctrina procesal y que es, además, un ejemplo de cómo la investigación universitaria puede trascender el ámbito académico inmediato para convertirse en un insumo valioso para jueces, legisladores, abogados y estudiantes. Invito al lector a adentrarse en estas páginas con espíritu crítico y abierto, seguro de que encontrará ideas que anticipan los debates procesales de los próximos años.

Thomas Vogt Geisse

Profesor de Derecho Procesal, Universidad de Chile

Doctor en Derecho, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Abogado, Universidad de Chile