

# ÍNDICE

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

Autora: Francisca Valencia Arias

Rubicón Editores /2025

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)

<b>ABREVIATURAS .....</b>	<b>13</b>
<b>PRÓLOGO .....</b>	<b>15</b>
<b>I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: HONRA E IMAGEN DEL IMPUTADO EN JUICIOS ABIERTOS A LA DISCUSIÓN PÚBLICA .....</b>	<b>21</b>
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

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)

3. DESTINATARIO DE LA NORMA DE PRESUNCIÓN DE INOCENCIA .....	40
<b>II LA PUBLICIDAD JUDICIAL: UNA REVISIÓN DOGMÁTICA Y JURÍDICA .....</b>	<b>47</b>
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>B. LA PUBLICIDAD JUDICIAL EN EL DERECHO PROCESAL PENAL CHILENO .....</b>	<b>56</b>
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 INVESTIGACIÓN 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 PERIODÍSTICO .....	99
C) LAS LIMITACIONES CAUTELARES DE LA PROHIBICIÓN DE INFORMAR 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 DICHOS 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 NORMA DIRECTIVA EN LA PUGNA ENTRE LA LIBERTAD PERIODÍSTICA Y LA PRIVACIDAD .....	105

7. CASO HIJITUS: UN EJEMPLO ACERCA DEL PELIGRO DE LA FALTA DE REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL PROCESO PENAL .....	107
<b>III MANEJO REACTIVO DE LA TENSIÓN ENTRE HONRA Y PUBLICIDAD: EL CASO CHILENO .....</b>	<b>111</b>
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 EXTRACONTRACTUAL POR HECHOS EMITIDOS CON RIBETES SENSACIONALISTAS: HIJITUS V/S TVN .....	123
5. INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS POR RESPONSABILIDAD EXTRACONTRACTUAL POR EXPOSICIÓN ANTE LA OPINIÓN PÚBLICA .....	126
B. LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD RESPECTO DE LA VÍCTIMA: EL CASO NABILA .....	128
<b>IV DERECHO COMPARADO Y LAS LIMITACIONES RAZONABLES A LA PUBLICIDAD .....</b>	<b>133</b>
<b>V CONCLUSIONES Y UNA PROPUESTA DE CRITERIOS DE LEGE FERENDA PARA LA PUBLICIDAD JUDICIAL EN EL PROCESO PENAL CHILENO .....</b>	<b>139</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>147</b>