

Programa y Syllabus

Taller

El derecho a un juicio público en la era de las redes sociales

Parte I

PROGRAMA

Profesor/a a cargo	Prof. Dr. Thomas Vogt Geisse, LL.M. (Bonn)
Naturaleza	Taller de memoria
Requisitos	Derecho Procesal V El curso requiere la lectura de textos en inglés
Número de Créditos	
I. Descripción del curso	Este curso tiene como fin explorar la relación entre el proceso judicial, como institución abierta al público, y los medios de comunicación. Su propósito es identificar los problemas propios de esta relación y las posibilidades de resolverlos mediante el derecho procesal. El taller está dividido en <i>tres partes</i>. En la primera parte se revisarán los conceptos básicos y la noción de estado de derecho y democracia como fundamentos de la publicidad judicial. Se pondrá especial énfasis en el rol de los medios de comunicación contemporáneos para promover una justicia abierta, como los riesgos asociados a la publicidad mediática de los procesos judiciales. La segunda parte se enfocarán los bienes jurídicos contrapuestos a la publicidad (privacidad y honra, infancia, confidencialidad profesional etc.) y las medidas razonables para protegerlos. La tercera parte abordará problemas específicos relativos a la publicidad judicial, entre ellas la pregunta si se justifican restricciones especiales a la libertad de expresión de los jueces que les impidan, por ejemplo, expresar opiniones en las redes sociales, o si existe la necesidad de vocerías de tribunales para explicar sentencias u otros temas relativos al funcionamiento del poder judicial.
II. Objetivos generales	1. Comprender los conceptos y distinciones básicas para comprender la publicidad de la actividad jurisdiccional desde un punto de vista de derecho procesal 2. Conocer el vínculo de la publicidad judicial con el estado de derecho, la democracia y el rol de los medios de comunicación contemporáneos en la publicidad de los juicios 3. Conocer las opciones para una regulación procesal que permita lograr un equilibrio entre la publicidad judicial y los bienes jurídicos contrapuestos

III. Objetivos específicos	1. Distinguir distintos tipos de publicidad judicial (de audiencia, de expediente, de sentencias, mediática etc.) 2. Entender el fundamento y la función de la publicidad judicial 3. Entender la función de los medios de comunicación en democracias modernas y su relación con la publicidad judicial 4. Conocer la tensión constitutiva entre privacidad y publicidad judicial 5. Conocer los bienes jurídicos contrapuestos a la publicidad judicial 6. Entender los argumentos a favor y en contra del trabajo de prensa de los tribunales
IV. Contenidos	Primera parte Fundamentos de la publicidad judicial <i>Unidad 1: Publicidad judicial y la noción de estado de derecho</i> 1. Concepto y formas de publicidad judicial 2. Orígenes de la publicidad judicial moderna 3. Relación con la publicidad del derecho 4. Publicidad judicial como derecho subjetivo (derecho a un juicio público) 5. Publicidad judicial como protección contra arbitrariedad judicial 6. Ambivalencias entre estado de derecho y publicidad judicial <i>Unidad 2: Publicidad judicial y democracia</i> 1. Democracia moderna y esfera pública 2. Los medios de comunicación y la opinión pública a) Función de los medios b) Los medios masivos tradicionales (prensa, radio, televisión) c) Particularidades de las redes sociales d) Rol de los medios en las democracias modernas 3. Fundamento democrático de la publicidad judicial a) Legitimación directa de los tribunales b) Legitimación indirecta de los tribunales c) Opinión pública como insumo para la aplicación del derecho 4. Ambivalencias entre democracia y publicidad judicial en la era de las redes sociales Segunda parte Bienes jurídicos contrapuestos a la publicidad judicial <i>Unidad 1: Privacidad personal y honra (autodeterminación informacional)</i> 1. Conflicto constitutivo entre privacidad y publicidad en el proceso judicial 2. El proceso judicial como “lugar público” sin expectativas de privacidad 3. El proceso judicial como “lugar privado” para una resolución discreta de conflictos 4. Amplificación de riesgos de afectación de la privacidad y la honra en un contexto publicidad mediática dominada por redes sociales <i>Unidad 2: Otros bienes jurídicos contrapuestos</i>

	1. Privacidad económica (secretos industriales y comerciales) 2. Confidencialidad profesional 3. Protección de la infancia 4. Prevención de ilícitos contra participantes del juicio (protección de víctimas y testigos) 5. Presunción de inocencia 6. Intereses de la justicia (orden en la sala, celeridad, etc.) Unidad 3: Medidas de protección de los bienes jurídicos contrapuestos 1. Exención de deber de aportar información confidencial al juicio 2. Denegación de acceso al público y a los medios de comunicación 3. Órdenes judiciales de confidencialidad a participantes o medios 4. Círculo de confidencialidad 5. Proceso secreto (conocimiento judicial “in-camera”) Tercera parte Problemas particulares asociados a la publicidad judicial 1. La justificación de restricciones especiales de la libertad de expresión de jueces/as 2. La justificación de protección especial de la honra de jueces/as 3. ¿Vocerías de jueces/as? Problemas asociados al trabajo de prensa de los tribunales 4. Acceso equitativo de distintos medios de comunicación a la sala de audiencia 5. Problemas especiales de la publicidad de expediente 6. Control judicial o privado de los contenidos audiovisuales
V. Régimen de asistencia¹	El curso es de asistencia libre. No obstante, el taller busca una exploración progresiva de la materia mediante lecturas y presentaciones de estudiantes, por lo cual la asistencia presencial de sus integrantes es indispensable para su para un buen desempeño.
VI. Evaluaciones y ponderación de las mismas²	La evaluación se compondrá de la presentación en las sesiones del taller (40%) y de un proyecto de tesis (60%). La primera evaluación se generará en la fase de presentación de proyectos. Cada estudiante deberá entregar a los integrantes del taller una o dos hojas que contenga los aspectos principales de su investigación (siguiendo, por ejemplo, el siguiente esquema: problema/pregunta de investigación; objetivos; metodología; bibliografía preliminar; índice preliminar; comentarios u observaciones). La presentación no podrá exceder de 20 minutos. Los demás estudiantes aportarán con preguntas, observaciones críticas, comentarios y sugerencias que permitan esclarecer y mejorar los trabajos. El trabajo final será un proyecto de tesis que consistirá en un análisis de un problema concreto de publicidad judicial o derecho a un juicio público,

¹ Conforme a las reglas establecidas en el artículo 32 del Reglamento y Plan de Estudios de los Estudios Conducentes al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Considerar régimen excepcional del semestre.

² Conforme a las reglas establecidas en el artículo 37 y siguientes del Reglamento y Plan de Estudios de los Estudios Conducentes al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

	empleando la visión de análisis sugerida en el curso. El proyecto de tesis deberá entregarse en la fecha que se indicará de acuerdo con la programación académica. Los requisitos mínimos de este proyecto de tesis serán proporcionados oportunamente, previéndose que el documento final tenga un mínimo de 10000 palabras (10 a 15 pág app.)
VII. Metodología	La primera parte del curso consistirá en sesiones de exposición, lectura y discusión de contenidos del taller En la segunda parte, cada estudiante del problema de investigación escogido y de la revisión bibliográfica que se encuentre realizando para formular el proyecto de tesis. El éxito de un taller como el propuesto depende en gran medida de la participación de los estudiantes. Es por ello por lo que se prevé que todos asistan a la sesión con los textos correspondientes leídos y estudiados, y con sus preguntas y observaciones apuntadas, para de esta forma lograr un debate nutrido y profundo sobre las fortalezas y debilidades de los textos asignados.
VIII. Bibliografía	Bentham, Jeremy. <i>Tratado de las pruebas judiciales</i>. Madrid: Imprenta de Don Tomas Jordan, 1933. Kant, Immanuel. <i>Sobre la paz perpetua</i>. 6ª edición. Madrid: Tecnos, 1998. Fernández González, Miguel. "Objeto del Principio de Publicidad, a propósito del Artículo 5º de la Ley Nº 20.285.". <i>Revista de Derecho Público</i> 71 (2009): 47-63, https://doi.org/10.5354/rdpu.v0i71.35684. Fuentes Osorio, Juan. "Los medios de comunicación y el derecho penal". <i>Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología</i>, N.º 7 (2005), http://criminnet.ugr.es/recpc/07/recpc07-16.pdf Guzmán Fluja, Vicente. "Juicios paralelos en las redes sociales y proceso penal". <i>IDP. Revista de Internet, Derecho y Política</i>, N.º 27 (2018): 52-66. https://raco.cat/index.php/IDP/article/view/n27-guzman/432431 Gierhake, Katrin. "How to Justify the Open Court Principle in Criminal Proceedings". En <i>Open Justice</i>, editado por Burkhard Hess y Ana Koprivica, 103-116. Alemania: Nomos-Max Planck Institute for Procedural Law, 2019. Habermas, Jürgen, <i>Facticidad y validez</i>, Madrid, Trotta, 1998. Hess, Burkhard. "Public Hearings in Court Proceedings: The Concept of the Open Court and its Relationship to Social Media". En <i>Rendiconti delgi anni 2017-2018</i>, editado por G. De Vergottini y S. Canestrari, 129-142. Bologna: Bononia University Press, 2019. Juica, Milton. "Transparencia en el Poder Judicial de Chile" en: <i>Revista de Derecho Universidad Finis Terrae</i>, N° 1, 2013, pp. 27-57. Kindhaeuser, Urs. "Sobre la posible afectación de procesos penales por los medios de comunicación". <i>Humanizar y renovar el derecho penal</i>, editado por Alex Van Weezel, 1119-1135. Santiago: Legal publishing Chile, 2013. Leturia, Francisco. "La problemática de los juicios paralelos en la jurisprudencia y doctrina española". <i>Revista Iut Et Praxis</i> 23, N.º2 (2017): 21-50. http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122017000200021. Luhmann, Niklas, <i>La realidad de los medios de masas</i>, Mexico D.F., Anthropos, 2000.

	Ovejero Puente, Ana María (ed.). <i>Presunción de Inocencia y Juicios paralelos en Derecho Comparado</i>. Valencia: Tirant lo Blanch, 2017. Resni, Judith (2019). "The Functions of Publicity and of Privatization in Courts and Their Replacements (from Jeremy Bentham to #MeToo and Google Spain)" en <i>Open Justice</i>, editado por por Burkhard Hess y Ana Koprivica. 47-58. Alemania: Nomos-Max Planck Institute for Procedural Law, 2019. Roxin, Claus. "El proceso penal y los medios de comunicación". <i>Revista del poder judicial</i>, Nº5 (1999): 73-93. Szpunar, Maciej. "Right to a Public Hearing According to Art 6 ECHR and Art. 47 of the Charter of Fundamental Rights of the EU: Constitutional Perspectives" en <i>Open Justice</i>, editado por por Burkhard Hess y Ana Koprivica. 47-58. Alemania: Nomos-Max Planck Institute for Procedural Law, 2019. Vogt Geisse, Thomas. "El deber de revelar secretos en el juicio civil. Los límites a la exhibición documental de terceros como ejemplo de un problema dogmático". En <i>Estudios de Derecho Procesal</i>, coordinado por Jorge Larroucau y Priscila Machado, 3-24. Santiago: Der Ediciones, 2019.
--	--

Programa y Syllabus

SYLLABUS

Actividades de enseñanza y aprendizaje		
<i>t</i> (35 sesiones)	Contenidos	Lecturas
	I. Fundamentos	
Semana 1 A/7 A/11	Publicidad y estado de derecho	Bentham (1933) Kant (1998) Gierhake (2019)
Semana 2 A/14 A/18	Esfera pública y medios de comunicación I	Habermas (1994) Fraser (1990) Luhmann (2000)
Semana 3 A/21 A/25	Publicidad y democracia Ambivalencias	Resnik (2019) Juica (2013)
Semana 4 A/28 S/1	Publicidad y democracia Ambivalencias	Hess (2019) Guzmán (2018)
	II. Bienes jurídicos contrapuestos	

Semana 5 S/4 S/8	Autodeterminación informacional Privacidad económica	Vogt (2019)
Semana 6 S/22	Confidencialidad profesional y medidas de protección	Vogt (2020)
Semana 7 S/25 S/29	Confidencialidad profesional y medidas de protección	Szpunar (2019)
Semana 8 O/2 O/6	Problemas típicos del proceso penal	Kindhaeuser (2013) Leturia (2017) Roxin (1999)
	III. Problemas particulares	
Semana 9 O/13	Libertad de expresión y protección de honra de los jueces	Por confirmar
Semana 10 O/16 O/20	Trabajo de prensa del poder judicial	Por confirmar
	Presentaciones y discusiones	
Semana 11 O/23 O/27	Presentación de proyectos	Por confirmar
Semana 12 O/30 N/3	Presentación de proyectos	Por confirmar
Semana 13 N/6 N/10	Presentación de proyectos	Por confirmar