

# LA PUBLICIDAD DE LAS AUDIENCIAS EN EL NUEVO PROCESO CIVIL: ALCANCES Y LÍMITES

M.Sc. Bernardo Solano Solano\*  
bsolanos@hotmail.es

## RESUMEN:

*Este artículo analizará la trascendencia y las implicaciones de la implementación de la publicidad de las audiencias en el nuevo proceso civil. Se darán a conocer los principales elementos conceptuales, doctrinales y normativos del principio de publicidad. Sobre la base de esas nociones, se desarrollarán los aspectos innovadores que el reciente Código Procesal Civil plantea, buscando situar y dimensionar el papel de la publicidad dentro del sistema de oralidad que adopta la reforma. También se examinarán los límites sustanciales y procesales de la publicidad frente al ejercicio de otros derechos subjetivos y se sentarán las bases para dotar de contenido a los motivos de excepción señalados en el numeral 2.10 del Código. Finalmente, se plantearán pautas de actuación para la realización y la operatividad de la publicidad en una audiencia oral. A lo largo del trabajo, se resaltarán las ventajas y desventajas de que las audiencias se desenvuelvan en forma pública, procurando mostrar que el referido "principio" no tiene un carácter absoluto.*

**Palabras clave:** *Nuevo Código Procesal Civil, principio de publicidad, publicidad de las audiencias, excepciones y límites.*

## *Publicity of hearings in the new civil process: scope and limits*

**ABSTRACT:** *The objective of this paper is to analyze the importance and implications of the implementation of the publicity of the hearings in the new Costa Rican civil process. The main conceptual, doctrinal and normative elements of the principle of publicity of judicial actions will be announced. On the basis of these notions, the innovative aspects raised by the recent Civil Procedure Code will be developed in relation to this topic, seeking to place and size the role of advertising within the orality system adopted by the reform. The substantial and procedural limits of publicity will also be examined against the exercise of other subjective rights and the bases will be established to provide content for the reasons for exception indicated in article 2.10 of the code. Finally, some guidelines for action to carry out and operate advertising in oral hearings will be considered. Throughout the study advantages and disadvantages will be highlighted that the audiences develop in a public way, trying to show that the aforementioned "principle" does not have an absolute character.*

**KEYWORDS:** *New Civil Procedure Code, advertising principle, publicity of the hearings, exceptions and limits.*

**SUMARIO:** *1. Ideas introductorias. 2. Generalidades y noción del principio de publicidad. 3. Efectos de la publicidad de las audiencias. 4. Oralidad y publicidad. 5. Estándares internacionales. 6. Antecedentes en el proceso civil costarricense. 7. Regulación de la publicidad en el nuevo Código Procesal Civil. 8. Ámbito de aplicación. 9. Manejo de la audiencia oral y el comportamiento del público. 10. Excepciones y adecuaciones del principio de publicidad. 11. Discrecionalidad vs. regla de publicidad. 12. Publicidad de las audiencias y medios de comunicación colectiva. 13. Conclusiones.*

---

\* Licenciado en Derecho. Especialista en Derecho Agrario y Ambiental por la Universidad de Costa Rica. Máster en Administración de Justicia Civil por la Universidad Nacional. Ha ocupado distintos puestos en la judicatura y actualmente es Juez del Tribunal Colegiado de Primera Instancia Civil de Cartago. Profesor universitario y Facilitador del Programa de Formación Inicial para Aspirantes a la Judicatura de la Escuela Judicial.

## 1. *Ideas introductorias*

La nueva legislación procesal civil implantó un cambio cualitativo en la forma de las actuaciones judiciales: regula que la expresión oral sea el medio fundamental de comunicación (art. 2.6) y que las audiencias sean públicas (art. 2.10). Con ello se apuesta decididamente por la superación en lo posible de la escritura y la privacidad en el proceso civil, para dar paso a la transparencia, al control ciudadano en el quehacer judicial y, en definitiva, al fomento de la confianza en la función jurisdiccional.

No obstante, más allá de las bondades derivadas de que las audiencias puedan ser llevadas a cabo a puertas abiertas, conviene dimensionar que no todas las etapas del proceso civil serán públicas, ni todas las actuaciones orales serán de acceso irrestricto a la opinión pública. Ese derecho a un juicio público tampoco se extiende a todos los procesos.

En no pocas ocasiones, el acceso a las audiencias de personas ajenas a las partes o la publicación de informaciones de lo debatido y resuelto en un caso debe ceder ante la potencial afectación de la imagen o la intimidad de las personas que participan en el proceso, o bien, ante la necesidad de proteger otros bienes e intereses jurídicos superiores.

A causa de este cambio de paradigma, consideramos útil presentar los alcances y efectos del principio de publicidad en el nuevo proceso civil, con el fin de aplicarlo en su justa dimensión y desmitificar algunas opiniones que giran en torno a la posibilidad de que las personas interesadas tengan conocimiento de lo debatido en un proceso donde se ventilan conflictos de orden privado. Esta exposición no aspira ser un estudio acabado, menos completo del tema. Su afán es generar reflexión sobre el punto.

## 2. *Generalidades y noción del principio de publicidad*

Tradicionalmente el estudio de la publicidad en el derecho procesal civil ha permanecido relegado como un tema menor en los manuales de derecho

procesal, dentro del capítulo relativo a la forma y difusión de los actos procesales. En algunos textos, ni siquiera se encuentra mencionado<sup>1</sup>. Para descartarlo, no faltan quienes parten del concepto erróneo de que el derecho procesal civil es un derecho privado por regular procesalmente intereses de esa clase, o bien, combaten que no existe un verdadero interés público en que los conflictos privados trasciendan al mundo económico y social.

La publicidad fue admitida en los procesos más antiguos esencialmente orales (romano clásico y el germano). Pero la mayor parte de la doctrina concuerda en que el derecho a un proceso público es una conquista del pensamiento liberal ilustrado promovido con la Revolución Francesa de 1789, a partir del cual se abandonó el sistema procesal inquisitivo de la época medioeval<sup>2</sup> que partía del secretismo y la opacidad absoluta de las actuaciones, para dar paso a un enjuiciamiento democrático que entraña el acceso de la persona justiciable a todos los actos procesales, el control social sobre el desarrollo de la actividad judicial y la sumisión de la persona juzgadora a la correcta interpretación y aplicación de la ley<sup>3</sup>.

Publicidad implica la negación del secreto. Según el decir de Chiovenda (1925, p. 171), “[...] puede entenderse de dos maneras distintas: como admisión de los terceros (público) a asistir a las actividades procesales o como necesidad entre las partes de que toda actividad procesal puede ser presenciada por ambas”. Así visto, en su acepción más amplia, el principio de publicidad consiste en darles a conocer a las partes y terceras personas interesadas las actuaciones realizadas en el proceso por el órgano jurisdiccional<sup>4</sup>.

Esa amplitud conceptual ha dado lugar al desarrollo de dos vertientes –o si se quiere formas– en las que se suele entender esta regla: interna y externa. La publicidad interna gira en torno a las partes e implica que se debe notificar y garantizar el libre acceso a todos los actos procesales; es decir, impide la existencia de procedimientos ocultos para las partes. Supone que estas deben

estar informadas de lo que se debate y resuelve. Cualquier limitación a esa publicidad interna anula el contradictorio y el derecho de defensa, pues si las partes desconocen las actuaciones procesales, no tendrían oportunidad de ejercer las facultades que el ordenamiento jurídico procesal les otorga. En ese tanto, las disposiciones que se ocupan del acceso al expediente, las audiencias, la forma de las notificaciones, entre otras, son manifestaciones de la publicidad interna.

Por su parte, la publicidad externa implica el derecho de la ciudadanía, a través de su presencia o por los medios de comunicación, a informarse de las principales actuaciones judiciales que acontecen en las audiencias y de sus resultados (actos de prueba, conclusiones, pronunciamiento de sentencias). Lo anterior entraña, evidentemente, que las salas de audiencias estén abiertas a la comunidad.

Se debe resaltar que es aquí donde el principio de publicidad toma verdadera relevancia para el proceso, esto es, cuando se proyecta como manifestación exterior de sus actos. Esta vertiente no se ocupa tanto del interés de las partes en el acceso a su caso (que de por sí está garantizado por las reglas de la bilateralidad), como sí de abrir y reflejar la actividad de la Administración de Justicia al conocimiento directo e inmediato de la población en general<sup>5</sup>. Desde nuestra perspectiva, esta es la correcta significación en que la publicidad debe ser entendida, es decir, publicidad en cuanto a terceras personas. Por ello, a partir de ahora, trataremos el principio de publicidad referido a las “audiencias orales y públicas”.

### **3. Efectos de la publicidad de las audiencias**

Desde lo que en dogmática se ha dado en llamar “publicidad externa”, podríamos señalar que el principio bajo examen presenta una doble dimensión o garantía: una individual para la persona justiciable, frente al riesgo de arbitrariedad, subjetividad, parcialidad, falta

de razonabilidad o aparición de influencias extrañas en el funcionamiento en los tribunales de justicia, en suma, una garantía de un juicio justo, integrada a la noción de debido proceso;<sup>6</sup> y una colectiva, justificada en el acercamiento de la justicia civil a la sociedad, así como el control de las actuaciones judiciales por parte del público que asiste a las audiencias, pues, como Couture indicaba (1958, p.192): “*En último término, el pueblo es el juez de los jueces*” [sic]<sup>7</sup>.

En este último escenario, la publicidad adquiere un matiz de principio político, un contrapeso frente al poder público, en fin, un control democrático del poder. En la realidad, celebrar las audiencias a puertas abiertas permite que, por ejemplo, los vecinos del lugar donde se presente un conflicto por un camino, un desalojo o la eventual afectación de bienes públicos, se involucren de lleno con el problema. Su presencia también es relevante en procesos promovidos por asociaciones o entidades constituidas para la protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias o los procesos instados por grupos con un interés público, económico o social para la comunidad, por ejemplo, cuando se trate de acciones contra el medio ambiente y demás derechos supraindividuales. En estos casos, no solo las partes involucradas, sino también terceros, grupos de personas afectadas y demás entes interesados pueden concurrir con claro interés.

En el contexto costarricense, al destacar la dimensión social o colectiva de la publicidad, don Luis Paulino Mora (1991, p. 8) señalaba que mediante ella la ciudadanía “[...] *tendrá así la oportunidad de enterarse directamente sobre la forma en que los jueces administran justicia. Resultando así más democrática y cristalina esa importante función*”.

Esto nos plantea una premisa esencial: la celebración de audiencias orales y públicas potencia la máxima transparencia judicial ante el público (rendición de cuentas a la sociedad), hace más difícil el desarrollo de la corrupción que, en un sistema escrito, constituye un elemento

de criticidad o confianza de la comunidad en la labor del Poder Judicial,<sup>8</sup> un modo de fiscalizar la falibilidad humana de los jueces y las juezas y, en último término, es un indicador clave del nivel de democratización y objetividad alcanzado por un país. Por lo tanto, desde el plano del interés colectivo, la *ratio legis* de la publicidad reside en la trascendencia de la actividad jurisdiccional<sup>9</sup>.

No huelga destacar que a la publicidad se le añade un efecto docente, aleccionador, un rol pedagógico, en virtud de que posibilita la difusión de las formas en cómo se aplica e interpreta la ley. Desde este ángulo, según Arguedas afirma (2000, p. 460), la publicidad “[...] constituye un medio educativo en cuanto a lo jurídico”. Y es, en palabras de Alsina (1956, p. 114), “[...] la forma más segura y simple de divulgar los conceptos jurídicos [...]”. También se sostiene que incide en las personas declarantes (partes, testigos, peritos y peritas), en tanto la presencia del público desincentiva la ocultación de información, lo mismo que la mentira, el sesgo y la tergiversación en la declaración, además de confirmarles su responsabilidad por la solemnidad del acto en que participan.

Por otra parte, si bien se reconocen los efectos positivos apuntados, debe tenerse en cuenta que a la publicidad también se le asocian *secuelas negativas*; dentro de estas, la indebida influencia de los juicios paralelos de la opinión pública sobre las decisiones judiciales, máxime cuando la valoración judicial de los hechos no coincide con el juicio mediático. La mediatización absoluta de la justicia civil podría traer consecuencias nocivas a la misma justicia y, con ello, el riesgo de que se condicionen las decisiones de los tribunales, en franca invasión a la independencia judicial que es garantía imprescindible de la persona justiciable<sup>10</sup>.

Además, como se verá más adelante al abordar el tema de las excepciones al principio de publicidad, el exceso o abuso en el instrumento podría perjudicar incluso a las propias partes, personas peritas y testigos, lo que podría llevar a deteriorar la imagen del servicio.

Con todo, las ventajas que el instituto presenta lo convierten en una garantía procesal de incuestionable valor y de aplicación inexcusable, a menos que concurren circunstancias de excepción, que den paso a una “publicidad atenuada”, donde la confidencialidad deberá privar para garantizar una tutela judicial efectiva de otros derechos.

Ahora bien, de lo dicho parece prudente no perder de vista que el salto cualitativo hacia la publicidad de las audiencias civiles plantea nuevos retos ante la eventual censura pública y el abordaje que el órgano jurisdiccional haga de ello. Igualmente, es importante evitar que el público convierta la audiencia en un espectáculo o motivo de noticia, en definitiva, que se deforme en una publicidad sensacionalista.

#### 4. *Oralidad y publicidad*

Dentro de los aspectos teóricos que giran en torno al principio de publicidad, es necesario resaltar su íntima vinculación y coherencia con la oralidad<sup>11</sup>. Como se sabe, la oralidad se opone al sistema escriturario como método de práctica de los actos procesales, primordialmente los realizados en la etapa probatoria. Se materializa en el llamado “proceso por audiencias” y tiene como objetivo tratar los conflictos de viva voz (predominio de la palabra hablada sobre la palabra escrita), así como que se cumplan los principios de inmediación, concentración y publicidad.

En favor suyo se argumenta que facilita la realización de la justicia, pues entraña la capacidad de conducir a una mayor calidad en la información obtenida del debate, aporta informaciones imposibles de extraer de un expediente físico, la actividad procesal se reúne en la menor cantidad posible de actos, mejora la comprensión de la persona justiciable en la forma de solución de su conflicto, el tribunal que practicó la prueba emite la sentencia y, a través del acceso de la ciudadanía a las audiencias, se efectiviza la posibilidad del control público de lo decidido. Con todo, la publicidad conforma la

lista de los principios más importantes a realizar por medio de la oralidad.

Aun cuando la publicidad no es reserva exclusiva de los sistemas influenciados por la oralidad, lo cierto es que es ahí donde encuentra su terreno más fértil. Es difícil que se dé una publicidad real en los procesos escritos<sup>12</sup> e, incluso, cabe afirmar que escritura y publicidad no son fenómenos compatibles, dado que, en el primer caso, el aislamiento del tribunal en relación con las partes y el predominio absoluto de la palabra escrita en todo tipo de actos procesales (las partes se comunican con el tribunal por escritos, y el órgano jurisdiccional a través de resoluciones escritas) derivan en que el verdadero principio consecuencia de la escritura sea la privacidad y secreto para terceros<sup>13</sup>. En cambio, el tejido de la oralidad está atravesado por la publicidad, esto es, por el objetivo de garantizar a las partes y al público la posibilidad real de percibir el debate y controlar la actividad judicial activa o pasivamente<sup>14</sup>.

Sobre las anteriores ideas, está claro que la oralidad es el mejor instrumento para facilitar, fortalecer y poner en vigencia la publicidad, además de la inmediatez, la concentración y otros principios consustanciales. Es mediante la oralidad como se logran la publicidad y la transparencia del sistema. Allí estriba su interrelación. Ahora bien, la oralidad no debe conllevar a la publicidad irrestricta del proceso civil, según veremos.

## 5. *Estándares internacionales*

La publicidad de las audiencias en los procesos predominantemente orales es una exigencia impuesta por los instrumentos internacionales de derechos humanos. En efecto, desde mediados del siglo pasado, como reacción contra los sistemas de corte inquisitivo, diversas normas del sistema internacional de derechos humanos empezaron a contemplar el derecho a un proceso público como un principio básico de las garantías judiciales mínimas y una suerte de condición de legitimidad de la Administración de Justicia

dentro del Estado de derecho. Por ello, se empezó a recoger en los más importantes textos jurídicos suscritos por gran parte de la comunidad internacional.

Su positivización se inició con el artículo 10 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948,<sup>15</sup> el cual se siguió del artículo 14 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966<sup>16</sup>. La Convención Americana sobre Derechos Humanos de 1969 (en lo sucesivo CADH)<sup>17</sup> siguió una similar fórmula que en su artículo 8 consagra los lineamientos del debido proceso legal y, propiamente en su apartado quinto, reconoce que una de las garantías judiciales mínimas que el proceso judicial debe reunir durante su sustanciación es el carácter de público<sup>18</sup>.

Aun cuando la citada norma 8.5 enuncia que se trata de una garantía dentro del proceso penal, la jurisprudencia de la Corte Interamericana<sup>19</sup> ha sido enfática en señalar que el elenco de garantías mínimas que integran el debido proceso en materia penal resultan aplicables a procesos en los que se deban determinar derechos y obligaciones de orden civil, laboral, fiscal, electoral o de cualquier otra naturaleza<sup>20</sup>. En consecuencia, al amparo de la CADH, la publicidad constituye un derecho humano esencial, íntimamente vinculado con el debido proceso.

Con fundamento en la Constitución Política (arts. 7 y 48) y lo establecido en la jurisprudencia de la Sala Constitucional (voto n.º 1147-1990, entre otros), tales estándares supranacionales regulatorios de derechos humanos tienen no solo un rango superior a la ley ordinaria, sino también un valor similar al de la Constitución e, incluso, superior, en la medida que otorguen mayores derechos y garantías que la propia norma constitucional.

En otras palabras, el derecho a un proceso abierto consagrado en esas convenciones forma parte del bloque de constitucionalidad y debe ser desarrollado por la ley ordinaria para adecuar el proceso a las exigencias internacionales. Dadas

la plena vigencia y la fuerza normativa, su incorporación en el derecho interno es obligatoria para armonizar todo el sistema. Prueba de ello es que la regulación de la publicidad de las audiencias en el ordenamiento costarricense se radicó ya en materia penal, contencioso administrativo, laboral, agrario y, ahora, en materia civil y mercantil<sup>21</sup>.

## 6. *Antecedentes en el proceso civil costarricense*

La cuestión de la publicidad de las audiencias en el proceso civil costarricense es novedosa. Haciendo un repaso de legislaciones anteriores, se observa que el **Código de Procedimientos Civiles de 1887**, promulgado mediante la Ley N.º 13 y sustitutivo del Código General de Carrillo de 1841, reguló en su artículo 243 que se practicaría toda diligencia de prueba en audiencia pública.

Sin embargo, el numeral 260, párrafo cuarto, establecía que, durante la práctica de la prueba confesional, solo se permitiría la presencia de las partes y su abogado. Era el mismo tratamiento que el artículo 307 disponía para el caso de la testimonial. De lo anterior, se infiere que la publicidad era una mera desiderata de aquella codificación, pues en estricto sentido, la posibilidad anunciada en el artículo 243 estaba vedada para las principales audiencias de práctica de prueba<sup>22</sup>.

Posteriormente, en el Código Procesal Civil de 1989 (en adelante CPC), también se estableció como regla la reserva de las actuaciones. El original artículo 140, derogado parcialmente en 1997 por el artículo 243 de la Ley Orgánica del Poder Judicial (Ley N.º 7728), reguló que las partes, las personas abogadas y los y las estudiantes de Derecho únicamente tendrían acceso al expediente. El aludido numeral 243 amplió esa posibilidad a las personas asistentes de abogados, debidamente autorizados. La conciliación era privada porque el artículo 314 así lo disponía.

En cuanto a la práctica de prueba en audiencia, los ordinales 346 y 358 del CPC enuncian que a ella

solo las partes y las personas abogadas pueden comparecer, sin perjuicio de que el tribunal permita la presencia de otras personas abogadas y estudiantes de Derecho, para fines didácticos. El artículo 410 solo les permite a las partes hacerse acompañar de un(a) familiar o amigo(a) cuando se deba realizar un reconocimiento de su persona.

A partir de esta normativa, las audiencias se han venido llevando a cabo de forma privada. Se contempla la única posibilidad de publicidad de una audiencia en el artículo 605, incisos 1 y 7, para el caso de la vista en el recurso de casación, donde se indica que al inicio del acto, la Sala dispondrá si se celebra a puerta cerrada, tomando en cuenta las circunstancias propias del proceso y según lo exijan el decoro y la moral. Esta regla opera en los procesos de responsabilidad civil de personas juzgadoras, por remisión del artículo 93. En ambos supuestos, se colige, las vistas son públicas, salvo que razones especiales exijan que se hagan en forma privada<sup>23</sup>.

La revisión histórica muestra que en materia civil la publicidad del proceso para terceras personas ha sido prácticamente nula. A lo sumo, una manifestación del principio de publicidad es el acceso público a las decisiones de algunos asuntos a través del Digesto de Jurisprudencia, donde se enlistan las sentencias emitidas por los Tribunales Superiores de San José y las Salas de Casación, lo cual está respaldado en parte por el artículo 612 del CPC.

Una vez que se han descrito los principales aspectos históricos, conceptuales y normativos del principio de publicidad, entraremos ahora en el análisis de la propuesta que la reforma procesal civil presenta en torno a la publicidad de las audiencias.

## 7. *Regulación de la publicidad en el Nuevo Código Procesal Civil*

El Nuevo Código Procesal Civil (por su acrónimo, NCPC) se divide en dos libros: En el primero se encuentran las disposiciones generales aplicables

a todos los procesos y, en el segundo, se regulan los procesos específicos, de acuerdo con el tipo de pretensión que se juzgue<sup>24</sup>. Para la tramitación y decisión de los asuntos, el sistema combina escritura y oralidad, acentuando o disminuyendo una u otra dependiendo del tipo de procedimiento, su etapa y aspectos a resolver. La escritura es útil para preparar la sustanciación (demanda y contestación, reconvencción y réplica), mientras que la audiencia u audiencias son de capital importancia para depurar el proceso, practicar pruebas y recibir conclusiones. Puede emitirse la sentencia de forma oral o escrita.

La publicidad viene regulada en el libro primero, en los artículos 2.10 y 25.4 del NCPC. Su inclusión, según López (2017, p. 65), no fue del todo pacífica. La regla general señala que: *“El proceso será de conocimiento público [...]”*. Sin embargo, más adelante al normar la forma de los actos procesales, se delimitaron sus alcances al decirse: *“Todo expediente será de acceso a las partes, los abogados, los asistentes del abogado director debidamente autorizados por este y a quienes la ley les otorgue esa facultad”*<sup>25</sup>.

A simple vista, la restricción del artículo 25.4 es discordante con la apertura normativa del 2.10. Caso contrario, al regular la publicidad de las actuaciones escritas, el legislador hubiera permitido que el expediente judicial y todas las actuaciones que lo componían fueran de acceso irrestricto a cualquier persona y en toda etapa del proceso, como parece que el precepto general lo expresa.

Con el fin de armonizar ambas disposiciones, lo primero que debe considerarse es que el nuevo código no recoge una publicidad absoluta que tolere ilimitadamente a terceras personas y la prensa acceder al proceso civil, sino que prevé una *publicidad relativa*, donde se restringe el acceso al expediente e, incluso, a las audiencias (ej. cuando surjan motivos de excepción), o a parte de estas (ej. etapas de conciliación y deliberaciones secretas, art. 51, 50.6 y 60.2 del NCPC).

Así, lo que será de conocimiento público y libre ingreso son las audiencias orales. El contenido de los restantes actos procesales se mantendrá bajo la regla de la privacidad, y únicamente las partes, las personas coadyuvantes, garantes, poseedoras mediatas e intervinientes legales debidamente apersonadas pueden acceder a estos (arts. 22.4, 22.5 y 22.6) y tendrán acceso al expediente asistiendo a la oficina judicial y a través de notificaciones por vía electrónica, o bien, mediante el acceso directo *on line* del portal de Internet habilitado por el Poder Judicial, con previa identificación y autenticación. Evidentemente el código estimó que era esencial que se produjeran públicamente las actuaciones orales (práctica de pruebas y comparecencias cuyo objeto fuera oír a las partes antes de emitir una resolución). Pero no extrapoló esa posibilidad a lo que ocurriera fuera de audiencia.

Cabe subrayar que podría considerarse un verdadero contrasentido que el público en general pueda acceder a la sala donde se celebran los juicios, sin que le esté, en cambio, garantizado el derecho a consultar con posterioridad la documentación donde se registran estas actuaciones ni la resolución o sentencia resultante de lo debatido en audiencia, salvo que se emita la decisión final en el mismo acto, lo cual –se augura– se presentará tan solo en una tipología de asuntos sencillos (art. 61.1 NCPC).

Por lo tanto, estamos ante el debatido tema de la difusión pública de la información judicial que se genera en un proceso civil, lo cual bien puede importar al sector asegurador, bancario, financiero, inmobiliario y empresas que almacenan todo tipo de datos de una persona para por ejemplo realizar análisis de riesgo de operaciones económicas o constituir relaciones contractuales<sup>26</sup>.

No se trata de una interpretación aperturista del principio de publicidad de las actuaciones judiciales, fundada en que los expedientes judiciales, en la medida que se archivan en un registro judicial, son públicos y sujetos a la consulta de cualquier persona. Por el contrario, la

cuestión es determinar si dentro del más genérico ideal de transparencia judicial y el derecho fundamental a la libertad de información, aunado a la creciente demanda de información judicial, cualquier persona debería poder acceder a la documentación judicial no reservada, especialmente sentencias y demás decisiones de los tribunales, máxime cuando se trate de antecedentes judiciales que constituyan fuente integradora del ordenamiento jurídico.

En criterio nuestro, privó la intención de resguardar la información confidencial de las partes y el objetivo de evitar consultas indiscriminadas con fines contrarios al ordenamiento, para que el legislador optara por un adecuado equilibrio entre el derecho a acceder a la información y el derecho a la protección de datos personales. A partir de ello fue como ajustó la amplitud con que deberá ser entendido el principio de publicidad, siguiendo al efecto la exégesis del numeral 243 de la LOPJ.

Ahora bien, acudiendo a la hermenéutica jurídica, podría sostenerse que si el dictado de la sentencia oral forma parte de las actividades que deben desarrollarse en la audiencia oral (art. 102.5 inciso 3 y 102.3, inciso 12 NCPC) y su fin último es dar a conocer a las partes y la ciudadanía la solución del conflicto adoptada por la Administración de Justicia, paralelamente la persona que justifique tener un interés legítimo en la decisión emitida de forma escrita y que explique el fin para el cual solicita la información, debería poder tener acceso al menos a la sentencia o la resolución final derivada de la audiencia oral.

## 8. *Ámbito de aplicación*

Al margen de la discusión anterior y, volviendo al tema de la publicidad de las audiencias, es inevitable preguntarse ¿en qué asuntos surtirá efectiva la aplicación de esta posibilidad? Al respecto, si se parte de la premisa de que la mayor parte de procesos contenciosos pueden ser tramitados a base de una o dos audiencias, según el tipo de asunto y que los asuntos que no siguen

ese diseño, al menos admiten el planteamiento de incidencias para ventilar oposiciones y cuestiones relacionadas con el objeto debatido,<sup>27</sup> y debe concluirse que la publicidad externa tendrá operatividad en un significativo porcentaje de asuntos de conocimiento y hasta de ejecución. En cuanto a los procesos no contenciosos, debido fundamentalmente a que no existen partes contrapuestas, se justificarán las audiencias orales cuando haya prueba que evacuar, por lo que no es posible generalizar el acceso de terceras personas a su contenido.

Se exceptúan de seguir el trámite de audiencia oral aquellas hipótesis de procesos de conocimiento en los que –por ejemplo– no existan pruebas que practicar, porque son de puro derecho o porque la aportada es únicamente de carácter documental, o bien, cuando deba emitirse sentencia anticipada porque concurren situaciones de allanamiento, falta de contestación o improponibilidad. Tampoco trascenderán a la opinión pública aquellas cuestiones que el tribunal decida resolver de forma escrita, fuera de audiencia.

Por lo anterior, se deduce lógicamente que no habrá publicidad de aquellos procesos en los que no se celebren audiencias orales. Recuérdese que a pesar de que el NCPC se matricula con el sistema de oralidad, este es funcional al principio de intermediación, de modo tal que cuando no haya necesidad de convocar a las partes a una audiencia oral, porque por ejemplo no exista prueba que practicar o porque así la gestión judicial lo aconseja que se haga del caso, se resolverán las cuestiones por escrito. En ese escenario, se repite, la publicidad no tendrá cabida.

Finalmente, cabe apuntar que el NCPC nada dice sobre si la limitación injustificada o arbitraria de la publicidad de las audiencias es motivo de nulidad<sup>28</sup>. Sin embargo, de la lectura del artículo 69.2.1, bien podría sostenerse que la nulidad por violación del principio de publicidad de la audiencia está implícitamente contenida en la causal de casación relativa a la “*Infracción o*

*errónea aplicación de las normas procesales que sean esenciales para la garantía del debido proceso [...]”.*

De este modo, si se llega a demostrar sólidamente que, al no llevarse a cabo la audiencia en forma pública, se produjo indefensión para alguna de las partes en los términos del artículo 32.1, procedería decretar la nulidad de la audiencia.

Al inicio de este trabajo, explicamos que el derecho a un proceso público se entendía integrado al conjunto de garantías del debido proceso, de ahí la conexión de ambos institutos.

## **9. Manejo de la audiencia oral y el comportamiento del público**

La cantidad de personas a las que se permitirá el ingreso a una audiencia oral dependerá de la capacidad de espacio físico del recinto donde se celebrará el acto. El ingreso a la sala será por orden de llegada hasta completar el espacio disponible. Aunque parezca utópico, no descartamos como admisible que, para las personas que no quepan en la respectiva sala, el tribunal disponga la transmisión en directo a otra sala, a través de audio o video. Así garantizará la plena publicidad de la audiencia.

El artículo 50.4 del NCPD establece las pautas generales que el tribunal debe seguir en cuanto a la dirección de las audiencias orales. En relación con el manejo del entorno donde se verifica el acto, establece:

*El tribunal dirigirá las audiencias según los poderes y deberes que le confiere la ley. [...] Hará las advertencias legales que correspondan; [...] o le ordenará el abandono del recinto a quien no siga sus instrucciones; mantendrá el orden y velará por que se guarde el respeto y la consideración debidos, usando para ello las potestades de corrección y disciplina que le confiere la ley.*

Aunque expresamente no lo indique, entendemos que se trata de reglas aplicables tanto a las partes

como al público, pues engloban facultades de corrección y disciplina para mantener el orden y el respeto durante el desarrollo de las actividades procesales.

A parte de esa disposición general, no existe otra previsión normativa en la que el código imponga obligaciones a quienes asistan a las audiencias en calidad de público. Desde nuestra perspectiva, es prudente que al inicio de la audiencia se indique a las personas asistentes la necesidad de permanecer con actitud respetuosa y en silencio, no adoptar un comportamiento intimidatorio o provocativo, ni producir disturbios o manifestar sus opiniones o sentimientos de forma tal que alteren la continuidad, el decoro y seriedad de la audiencia<sup>29</sup>. En ese contexto, están prohibidas las muestras de aprobación (aplausos) o desaprobación (silbidos o gritos). Tampoco podrán portar armas u objetos aptos para incomodar u ofender, ni exhibir símbolos o distintivos en carteles o pancartas para distraer. No se admitirá a ninguna persona en estado de embriaguez o en cualquier otra condición análoga y, además, se debe ir vestido con corrección. Estas son las pautas mínimas de comportamiento para el público, y el tribunal debe tenerlas presentes durante toda la audiencia.

El tribunal deberá estar atento de evitar que el discurso de las partes y sus representantes se desplace hacia el público y que, como resultado de ello, se establezcan diálogos, comentarios, gestos, señas o expresiones indebidas. No debe olvidarse que probablemente dentro de las personas asistentes a las audiencias habrá parientes de las partes, lo mismo que personas interesadas en el éxito de la demanda o la defensa, quienes fácilmente se pueden sentir involucradas en el conflicto. Lo recomendable para el tribunal será prevenir a las partes que no dejen de centrar su atención en los restantes sujetos procesales y, principalmente, informar al inicio de la audiencia sobre la conducta que deben seguir.

Por último, concerniente al tema del manejo de la audiencia oral en un escenario de publicidad

e intermediación, el Centro de Estudios de Justicia de las Américas (Ríos, 2017, p. 39) plantea la necesidad de que la dirección sea realizada de manera que permita que las personas que han concurrido estén realmente en condiciones de comprender lo que está sucediendo en el acto. De este modo, salvo situaciones excepcionales donde lo debatido sea puramente jurídico, el tribunal como comunicador está llamado a facilitar la comprensión del debate. Es imprescindible que en adelante los tribunales civiles tengan en cuenta este apartado.

### 10. *Excepciones y adecuaciones del principio de publicidad*

A la publicidad de las audiencias, se le contraponen importantes intereses<sup>30</sup>. Si bien la regla exige que terceras personas puedan ingresar a las audiencias y conocer de las actuaciones judiciales, la cuestión es que esa publicidad puede colisionar con otros derechos como la intimidad y la propia imagen, entre otros valores y derechos constitucionales. Esto implica una tensión entre el derecho a un proceso público y el acceso a la información versus los derechos subjetivos o superiores de los sujetos procesales. Y desde ese punto de vista, se duda entonces sobre qué límites debe tener la publicidad de las audiencias y si necesariamente en todos los casos trae consigo un beneficio extra para un proceso.

La cuestión no está resuelta con citar dos o tres restricciones en una norma adjetiva. Tampoco con mostrar en ciertos casos permisión en cuanto al acceso al contenido de la información, pero no en cuanto a las imágenes. Menos con reglar que, ante la duda, se cerrará las puertas al público y a los medios de comunicación. En general, como cita Nieva (2014, p. 145) “[...] *es justo reconocer que la indefinición en este tema es internacionalmente generalizada*”.

Desde un punto de vista básico, en esta materia, el artículo 2.10 del NCPC regula que las audiencias serán públicas “[...] *salvo que expresamente la ley disponga lo contrario o el tribunal lo decida a*

*oficio o a solicitud de parte, cuando por circunstancias especiales se puedan perjudicar los intereses de la justicia, los intereses privados de las partes o los derechos fundamentales de los sujetos procesales*”. (El resaltado no es del original).

Obsérvese que, en tesis de principio, la norma plantea dos escenarios para limitar legítimamente la publicidad: a) norma con rango de ley que así lo disponga, o b) necesaria protección de otro bien jurídico constitucionalmente reconocido. Naturalmente, esos motivos de excepción requieren que los doten de contenido, a partir de parámetros tales como la ponderación de los intereses en juego y la proporcionalidad de la medida que se tome. Dicho de otro modo, por tratarse de enunciados abiertos e indeterminados, es necesario dimensionar la previsión legal de acuerdo con las exigencias del caso en particular.

De tal suerte, con el objetivo de proyectar algunos estándares de actuación judicial, analicemos ahora cuáles situaciones pueden estimarse enmarcadas dentro de las causas de reserva o confidencialidad que permiten decretar la privacidad de las audiencias, claro sin perjuicio de la labor interpretativa e integradora que cada tribunal deberá hacer al momento de decidir si restringe el principio bajo examen o no (art. 3.3 y 3.4 NCPC).

#### a) *Disposición legal*

Por disposición de ley, las audiencias serán confidenciales donde:

- Alguna de las partes deba revelar información no divulgada referente a secretos comerciales e industriales (art. 9 de la Ley de Información No Divulgada N.º 7975).
- En el proceso, una persona menor de edad intervenga, y se le deban proteger su privacidad, imagen e interés superior, o bien se le deba evitar que sea objeto de juicios o estigmatizaciones que puedan gravitar sobre su vida futura (art. 24, 25 y 126 del Código de la Niñez y la Adolescencia, Ley N.º 7739).

- Deban ventilarse datos personales y sensibles de las partes, respecto de los cuales la persona titular niegue que se hagan de conocimiento público, por revelar su origen racial o étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, espirituales o filosóficas, así como los relativos a la salud, la vida y la orientación sexual, entre otros (interpretación del artículo 9 de la Ley de Protección de la Persona Frente al Tratamiento de sus Datos Personales, N.º 8968, en tanto define el ámbito de protección de los datos personales en la esfera pública).
- Se deba realizar un reconocimiento de personas (art. 46.2.5 del NCPC).
- Se deba practicar un interrogatorio domiciliario de partes o testigos (art. 41.1.4.7 del NCPC).

### **b) *Intereses de la justicia***

Los fines funcionales de la Administración de Justicia, especialmente la búsqueda de la verdad y la legalidad, pueden verse socavados con la publicidad absoluta. Se entiende que los intereses de la justicia están comprometidos y, por ende, se justifica celebrar el debate a puerta cerrada, cuando:

- Por la naturaleza del conflicto deban discutirse cuestiones con impacto en la moral, las buenas costumbres, la seguridad nacional,<sup>31</sup> un secreto de Estado o el orden público<sup>32</sup> y, por lo tanto, la publicidad pueda resultar peligrosa.
- Por razones de peligro o de seguridad para el tribunal, partes, testigos y personas peritas u otros intervinientes procesales.
- Se deba restringir la publicidad para mantener el orden, el decoro y el respeto, excluyendo de la audiencia a quienes perturben indebidamente su curso o causen disturbios (art. 50.4 NCPC).
- Acontezca la presencia de personas que pretendan ejercer presiones e intimidaciones sobre testigos o el mismo órgano jurisdiccional.

- Lo discutido y resuelto en un proceso civil pueda impactar la investigación o desarrollo efectivo de otro proceso de carácter civil, penal o de otra índole.
- Sobrevenga sensacionalismo periodístico y excesiva notoriedad que perturbe a las partes, testigos o peritos.

### **c) *Intereses privados de las partes***

Entre muchos otros, los intereses privados de las partes que se contraponen a la publicidad son:

- El derecho a la intimidad, la autonomía, el control de la información personal propia y sensible, además de otros derechos de la personalidad como el domicilio y la vida privada.
- El derecho a la imagen y mantener el honor o la reputación (artículos 47 y 48 del Código Civil).
- El derecho a la integridad.
- La seguridad física y la estabilidad emocional de las partes.
- Litigios en los que se ventilan cuestiones íntimas familiares que deben conocerse de forma reservada.
- Intimidad, vida privada, seguridad, imagen, datos personales de las personas en condición especial de vulnerabilidad (numerales 74, 75 y 80 de las Reglas de Acceso a la Justicia de las Personas en Condición de Vulnerabilidad aprobadas por la XIV Cumbre Judicial Iberoamericana en 2008).

No con carácter de regla, pero sí valorables como motivos de excepción, serían: a) el derecho de agentes económicos de evitar que empresas competidoras o personas consumidoras se enteren de los problemas que tienen con otras personas consumidoras o sus pares; b) el derecho de entidades financieras y bancarias a que no se ventilen en público aspectos relacionados con la seguridad de sus sistemas electrónicos; c) casos donde se discuta sobre la validez, eficacia o el incumplimiento de contratos con contenido confidencial o en los cuales las partes

acordaran que tal contenido sea reservado para salvaguardar datos personales o empresariales, como información comercial y técnica que no se desea hacer pública.

**d) *Derechos fundamentales de los sujetos procesales***

Se podrá excluir de la totalidad o parte de las audiencias a la prensa y el público, cuando se deban proteger derechos de testigos y personas peritas tales como:

- Su imagen, integridad, pudor, vida privada, seguridad personal.
- Se cause perjuicio a su intimidad o su libertad de expresión se vea comprometida por la tensión que el público le causa.
- Declaraciones de testigos sobre hechos relacionados con el cónyuge, conviviente, ascendiente, descendiente o parientes colaterales que incidan en la privacidad familiar, o bien, declaraciones sobre aspectos amparados en el secreto profesional que, si bien la persona declarante acepte externar, existe interés en guardar discreción sobre su contenido (art. 43.2 NCPC).

**e) *Otros supuestos de excepción***

No enmarcables en los supuestos anteriores, pero sí motivos de excepción, cuando:

- la audiencia deba llevarse a cabo en una oficina judicial o lugar cerrado donde, por situaciones de espacio, orden, ventilación y seguridad para todas las personas presentes, es aconsejable negar el ingreso de público. También se podrá limitar la admisión o presencia a un determinado número de personas. Esto se relaciona con los problemas logísticos asociados a la implementación operativa de la publicidad de las audiencias y el acondicionamiento de las salas.
- Se deba ingresar a inmuebles y recintos propiedad de terceras personas para realizar un reconocimiento judicial.

**11. *Discrecionalidad versus regla de publicidad***

Después de enlistar algunas hipótesis de excepción al principio de publicidad, es válido afirmar que las restricciones de acceso a las salas de audiencia requerirán la ponderación de diversos derechos e intereses de distinta entidad, lo mismo que sopesar la posible protección de personas que merecen una especial tutela judicial. Las circunstancias intra y extraprocesales serán de la más variada naturaleza y de total apreciación discrecional de parte del tribunal.

Resulta vital reflexionar que, con respecto al derecho a un proceso público, privacidad y publicidad cohabitan en el proceso civil implantado en el NCPC. Nótese que, aun cuando el tema de las excepciones a la publicidad de las audiencias tiene una connotación esencialmente procesal, recomendamos considerarlo desde el prisma de los derechos subjetivos en juego. Pues si el proceso civil procura la actuación efectiva de los derechos privados, consagrados y reconocidos en la legislación de fondo, la aplicación de la publicidad no puede actuar en modo tal que haga inviable alcanzar ese fin. Esto no implica aminorar su importancia, pero sí identificar que cualquier influencia o presión perjudicial en la sala de audiencias que comprometa la consecución del derecho subjetivo buscado constituye un motivo de dispensa.

A pesar de que el citado artículo 2.10 no lo establezca, será necesario que el tribunal mediante resolución motivada, emitida antes o durante la audiencia, exponga las razones de excepción que concurren en el caso concreto para declarar, total o parcialmente, privado el acto. En caso de restringir el acceso de ciertas personas o de la prensa, por ejemplo, habrá de determinar quiénes, además de las partes, sus apoderados o representantes, podrán permanecer en la sala.

No debe perderse de vista que las excepciones a la publicidad de la audiencia son susceptibles de diversas gradaciones, por lo que, en un momento

específico de la audiencia, perfectamente el tribunal puede disponer el retiro del público para evacuar una declaración o presenciar una prueba en la que resulte aconsejable la confidencialidad. Si se ordena la privacidad parcial de la audiencia, desaparecida la causa, se continuará en forma pública.

Ahora, si durante el curso de una audiencia, se revelan asuntos de carácter oficial, empresarial, particular u otro similar que, por su naturaleza o por disposición legal son confidenciales, para salvaguardar una mayor exposición pública, el tribunal podría imponer a quienes intervengan en la audiencia el deber de callar y guardar secreto sobre los hechos que presenciaron o conocieron, justificando la medida. Las circunstancias determinarán la conveniencia de fijar uno u otro límite.

Con todo, debe adoptarse la relativización o atenuación de la regla de publicidad de las audiencias, en tanto ejercicio de una facultad discrecional del tribunal para “cerrar las puertas” al público, con suma prudencia y teniendo en cuenta que el NCPC suministra al menos una guía de acción para resolver si un caso queda incluido o excluido de la regla.

## **12. *Publicidad de las audiencias y medios de comunicación colectiva***

Muchos temas que se discuten en los procesos civiles y mercantiles generarán un significativo interés público (p. ej. casos de responsabilidad médica, consumidor, competencia desleal, propiedad intelectual, tutela de derechos supraindividuales, conflictos societarios con impacto en el mercado económico, entre otros). A su vez, dentro de los efectos que trae aparejada la inserción de la publicidad al proceso civil, se encuentra la posibilidad de cobertura de los medios de comunicación. Por lo tanto, en lo que interesa al presente estudio, el tema de la publicidad de las audiencias y los medios de comunicación colectiva merece un comentario especial.

La participación de los medios de prensa durante el desarrollo de una audiencia oral no es objeto de regulación específica en el NCPC, como sí lo es en materia penal (art. 331 CPP), donde se restringe parcial o totalmente la cobertura mediante radiodifusión, televisión o prensa cuando ello “perjudique el desarrollo del debate” o se “afecte alguno de los intereses” fundamentales de las personas intervinientes, la seguridad del Estado o los intereses de la justicia, asimismo, cuando peligre un secreto oficial, particular, comercial o industrial o se le reciba declaración a una persona menor de edad, entre otros supuestos propios de esa disciplina. Ante tales supuestos, como puede observarse, la libertad de informar encuentra su límite en el ejercicio de otros derechos fundamentales de rango superior (p. ej. intimidad y la propia imagen).

A pesar del silencio del NCPC en cuanto a la eventual prohibición o limitación para grabar, filmar y transmitir imágenes de determinadas audiencias, consideramos que esa facultad está cubierta por el artículo 2.10. Por consiguiente, cuando la instalación de dispositivos de grabación, fotografía, filmación u otros afecte el curso de la audiencia oral (p. ej. se movilizan los equipos de grabación dentro de la sala distraendo a las partes y al tribunal), los intereses privados y derechos constitucionalmente protegidos de las partes o los derechos de los sujetos procesales (p. ej. una parte o persona declarante solicita que no se grabe su voz o imagen), podrá prohibirse la participación de cualquier medio de comunicación.

Pero, principalmente, se debe excluir su intervención cuando la cobertura periodística masiva provoque sensacionalismo, escándalo o espectáculo con respecto a los hechos y pretensiones debatidas, o bien, cuando propicie en la opinión pública una distorsionada versión de la realidad del conflicto (una realidad mediática o realidad de los medios)<sup>33</sup> y, como producto de ello, lejos de cumplir con el deber de informar, se inflencie el análisis jurídico del caso<sup>34</sup>.

La independencia y la neutralidad del tribunal en relación con las partes y cualquier agente externo son requisitos consustanciales a la función jurisdiccional e implican que las decisiones judiciales no pueden condicionarse por las apreciaciones paralelas de la opinión pública o las razones extra procesales. Ello sustentará la exclusión de los medios de comunicación colectiva cuando deliberadamente difundan a la ciudadanía un modo de pensar que no coincida con la valoración objetiva de los hechos, la prueba y la ley aplicable y generen efectos negativos; de lo contrario, mediará el riesgo de vulnerar el principio de independencia judicial del tribunal, al poder llegar las exigencias populares a interferir en lo que se resuelva. Lo recién dicho no pretende negar el derecho de la comunidad a ser informada, sino establecer un justo equilibrio con el rol del sistema judicial.

Si bien la Administración de Justicia es una actividad del Estado, de carácter público, en la que muchas de sus actuaciones son de interés público, no puede perderse de vista que los tribunales se encuentran en una posición de garantes con respecto a los derechos de las personas justiciables y los fines de la función judicial, por lo que, en resguardo de esos objetivos, excepcionalmente podrán privar a la ciudadanía del derecho a que se difunda información de un asunto que se conoce en materia civil, o bien, podrán dictaminar que los medios se limiten a informar genéricamente los avances y resultados de una audiencia.

El interés público en la libertad de información debe ceder ante el interés público de no impedir o amenazar gravemente el curso de la justicia. Y es que esos dos extremos enfrentados demandan una ponderación entre los diversos principios o valores que subyacen e inspiran las reglas, donde al final prevalece el ideal de solución del conflicto en cabeza de un sistema judicial sólido y confiable.

## *Conclusiones*

La sociedad actual exige su involucramiento en el quehacer judicial, como ejercicio de los derechos políticos de la ciudadanía y como una forma de rendición de cuentas por parte de la Administración de Justicia. La apertura de las actuaciones orales al público es una respuesta a ese clamor de transparencia, confianza y democratización de la justicia. Pero también es un reconocimiento de la publicidad como pilar fundamental del debido proceso de la persona sometida a una decisión judicial.

La publicidad del proceso requiere de oralidad, inmediación y concentración, al punto que sin ellos pierde su esencia, por dificultarse seriamente la comprensión integral de lo debatido y resuelto en una audiencia.

El Nuevo Código Procesal Civil estableció la audiencia oral y pública como centro del proceso, lo cual trastocó radicalmente todo el modelo de pensamiento que se tenía acerca del acceso de la opinión pública a los asuntos civiles. A través del sistema de oralidad, materializó y puso en vigencia el derecho fundamental de la persona justiciable y de la comunidad, a un proceso público y abierto. Como regla general, en adelante la ciudadanía conocerá por qué, cómo, con qué pruebas y a quiénes se juzga ante la justicia civil y mercantil.

El derecho a una audiencia pública no se extiende a todos los procesos, sino que comprende aquellos que se desarrollen primordialmente de forma oral. En tales, el control público se limitará a la fase de audiencias, puesto que fundamentalmente lo tratado en ese estadio fundará la sentencia. El acceso al expediente judicial continuará, al menos por ahora, limitado a las partes y las personas abogadas.

La publicidad de las audiencias, entendida sin restricciones y un justo equilibrio, puede provocar graves distorsiones y generar efectos adversos en el proceso civil, entre muchos otros, un desbalance negativo de la justicia pública respecto del servicio de justicia privada, en el cual las disputas son generalmente reservadas, sin riesgo de trascendencia al mundo económico y social. A la vez, el derecho a un proceso público y el derecho de la ciudadanía a recibir información pueden entrar en colisión con otros derechos y valores fundamentales de protección reforzada, como el derecho a la intimidad personal, a la propia imagen, el honor y la integridad de los sujetos procesales.

Con el fin de mitigar las eventuales secuelas negativas de que las actuaciones de la audiencia oral se realicen a “puertas abiertas” y solventar el posible conflicto de derechos fundamentales que se presente, la reforma implantó una *publicidad atenuada* que permite el acceso del público a las audiencias orales, a menos que surjan motivos fundados de excepción.

En tanto facultad discrecional del tribunal, las hipótesis legales constitutivas de matización de la publicidad recogidas en el artículo 2.10 del NCPC requieren que las doten de un contenido concreto, debiendo efectuarse para ello un juicio de ponderación entre los intereses en conflicto, así como un análisis de la proporcionalidad de la restricción que se adopte. A esos efectos colaborará el necesario acople de realidad versus normatividad que el tribunal haga.

Para negar el acceso al público, el tribunal, de oficio o a solicitud de parte, debe emitir una resolución que declare la privacidad de la audiencia, sustentando esa limitación en circunstancias de dispensa debidamente fundamentadas. La decisión solo será susceptible de impugnación ante el mismo órgano decisor.

Si se llega a comprobar que una limitación injustificada, irrazonable o arbitraria del acceso del público a las audiencias determinó indefensión para alguna de las partes, quedará en manos de la razonabilidad y la proporcionalidad de los tribunales superiores afinar las consecuencias procesales de la transgresión al derecho, teniendo claro que será contraria al principio de publicidad cualquier disposición en la que se establezcan restricciones para acceder a una audiencia oral, la cual no encuentre sustento en la protección de los derechos fundamentales superiores.

El comportamiento del público durante el desarrollo de la audiencia y, en general, el manejo de la audiencia oral con presencia de terceras personas requieren del establecimiento de reglas por parte del tribunal al inicio del acto. Pero también se requiere su compromiso de facilitar la comprensión del debate a toda persona presente.

La publicidad de las audiencias orales está igualmente referida a la facultad de los medios de comunicación de informar sobre el desenvolvimiento de un proceso; pero la información difundida debe ser objetiva y no debe convertirse en mecanismo de presión o sensacionalismo. Cualquier publicación sobre un proceso judicial, potencialmente capaz de presionar a las personas declarantes o la decisión del tribunal, merecerá una sanción excluyendo a la prensa de la totalidad o parte de la audiencia. En el segundo caso, bastará la probabilidad fundada de que tal influencia pueda afectar la independencia del tribunal.

Es indispensable seguir trabajando los alcances del principio de publicidad en el proceso civil y el tema de la publicidad de las audiencias orales, así como evaluar sus efectos en el servicio de justicia civil, en aras de fortalecer el instrumento y la necesaria transparencia de la labor judicial.

## Referencias bibliográficas

Alsina, H. (1956). *Tratado teórico práctico de derecho procesal civil y comercial. Parte general*. 2ª Ed. Argentina: Ediar S. A.

Arguedas, O. (2000). *La oralidad en el proceso civil*. Ponencia presentada en XVII Jornadas Iberoamericanas de Derecho Procesal. Instituto Iberoamericano de Derecho Procesal. Tomo I. Costa Rica: Departamento de Publicaciones e Impresos del Poder Judicial.

Boza, G. (2017). *Manual para periodistas sobre delito, justicia penal y derechos humanos*. Trabajo final de investigación para optar por el grado y título de Maestría Profesional en Ciencias Penales. Universidad de Costa Rica. Recuperado de: <http://derecho.ucr.ac.cr/Posgrado/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/12/TESIS-GISELLE-BOZA.pdf>

Cortés, V. (1993). *La Constitución española y los principios rectores del proceso civil*. En obra colectiva: Principios constitucionales en el proceso civil. Consejo General del Poder Judicial. España: Mateu Cromo S. A.

Couture, E. (1958). *Fundamentos del derecho procesal civil*. 3ª ed. Argentina: BdeF.

Chioyenda, J. (1925). *Principios de derecho procesal civil. Tomo II*. Traducción española de la tercera edición italiana. España: Reus S. A.

De la Rúa, F. (1991). *Teoría general del proceso*. Argentina: Depalma.

Duce, M.; Marín, F.; Riego, C. (2008). *Reforma a los procesos civiles orales: consideraciones desde el debido proceso y calidad de la información*. Recuperado de biblioteca virtual de CEJA: <http://biblioteca.cejamericas.org/handle/2015/1220>

Gozaini, O. (2015). *Elementos de derecho procesal civil*. 2ª Ed. Argentina: Ediar.

Esparza, I. (1995). *El principio del proceso debido*. 1ª Ed. España: Luz Bosch.

Leible, S. (1999). *Proceso civil alemán*. Trad. Rodolfo E. Witthaus. Colombia: Biblioteca Jurídica Diké e Konrad Adenauer Stiftung.

León Díaz, J. R. (2017). *Videoconferencia: Principios de oralidad, intermediación, concentración y publicidad*. Costa Rica: Escuela Judicial, Poder Judicial. Disponible en: <http://videoteca.escuelajudicial.ac.cr/>

López, J. (2017). *Curso de derecho procesal civil costarricense, Tomo I*. Costa Rica: Edinexo.

López, J. (2018). *Implicaciones del principio de publicidad en el proceso civil*. Ponencia para el XXV Congreso Jurídico Nacional. Julio. Costa Rica: Colegio de Abogadas y Abogados de Costa Rica. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=V3rTpGzbgDI&index=26&list=PLxGx-6q3akm8VTFRJhDq98lyq5GBmasDPj>

Mira, C. (2010). *El expediente judicial electrónico*. España: Dykinson S. L.

Mora, L. (1991). *La importancia del juicio oral en el proceso penal*. Revista de Ciencias Penales n.º4, año 3, junio.

Nieva, J. (2014). *Derecho procesal I. Introducción*. España: Marcial Pons.

Porter, R. (2010). *Influencia de los juicios paralelos por los medios de comunicación colectiva en el proceso penal*. Revista Escuela Judicial, n.º 7, septiembre. Recuperado de: [https://escuelajudicial.pj.poder-judicial.go.cr/Archivos/bibliotecaVirtual/revs\\_ej/Revista\\_7\\_ej.pdf](https://escuelajudicial.pj.poder-judicial.go.cr/Archivos/bibliotecaVirtual/revs_ej/Revista_7_ej.pdf)

Ríos, E. (2017). *Manual de dirección de audiencias civiles*. Centro de Estudios de Justicia de las Américas. Recuperado de: <http://biblioteca.cejamericas.org/handle/2015/5593>

Véscovi, E. (1984). *Teoría general del proceso*. Colombia: Temis.

## Notas al pie

- 1 Según Jordi Nieva Fenoll (2014, p. 143): *“La garantía de acceso a la información judicial se ha estudiado tradicionalmente como un simple principio del procedimiento [...]”*.
- 2 Según Nieva (2014, p. 144), para reseñar este tema, en literatura se citan muchas veces las palabras del revolucionario francés conde de Mirabeau, Honoré Gabriel Riquetti (1749-1791): *“Dadme el juez que vosotros queráis, parcial, corrompido, incluso mi enemigo si queréis; no me importa, siempre que él no pueda actuar más que ante la cara del público”*. Esas palabras publicadas en 1790 reflejaban la realidad procesal del sistema penal inquisitivo, el cual se intentaba combatir. La frase está extraída de la obra de J. Bentham, *De l'Organisation judiciaire et de la codification*, Paris, 1828, p. 24, donde la menciona al hilo de la parcialidad de los jueces.
- 3 Consúltese: Cortés, Valentín (1993, p. 146).
- 4 Para autores como Osvaldo Gozaini (2015, p. 192): *“La publicidad en el proceso otorga la posibilidad a las partes y terceros (público en general) a que puedan tener acceso al desarrollo del litigio [...]”*.
- 5 Véscovi (1984, p. 262) concuerda que en todo proceso existen dos formas de publicidad: una restringida, que está referida al conocimiento de las partes que actúan en el proceso de todos los actos procesales; y otra amplia, donde la publicidad significa la presencia de personas ajenas y del público en general en los actos del proceso.
- 6 Sobre el particular, Nieva expone (2014, p. 144): *“[...] esa falta de acceso de terceros a la información judicial también impide la defensa de una forma sibilina y ciertamente muy curiosa. El abogado o el acusador pueden desgañitarse en el ejercicio de la defensa, pero al suceder todo a puerta cerrada y con oscurantismo, esa defensa será inútil si los jueces pueden hacer lo que les venga en gana sin temer a que la publicidad pueda, no ya avergonzarles por sus actos, sino dar constancia de sus ilegalidades y excesos”*.
- 7 Para el jurista uruguayo Eduardo Couture (1958, p. 192): *“La publicidad con su consecuencia natural de la presencia del público en las audiencias judiciales constituye el más precioso instrumento de fiscalización popular sobre la obra de magistrados y defensores. En último término, el pueblo es el juez de los jueces”*.
- 8 La publicidad genera legitimidad de las decisiones judiciales, pues como Stefan Leible señalaba (1999, p. 152): *“[...] lo que ocurre a la vista y oídos del público, goza de confianza más fácilmente”*.
- 9 De la Rúa (1991, p. 103) propone que *“La justicia requiere la luz para que en la conciencia de los jueces se refleje la conciencia de la sociedad y viceversa. De lo contrario cuando el procedimiento se desenvuelve en el misterio, en el penetra la sospecha y el arbitrio. Esta publicidad respecto de terceros implica la realización del debate a puertas abiertas”*.
- 10 Al respecto, cita Gozaini (2015, p. 193) *“[...] la eficacia de la publicidad rebota cuando promedia el sensacionalismo periodístico que, en todo caso, sería el elemento a racionalizar”*.
- 11 La Exposición de Motivos del NCPC indica: *“[...] La normativa se estructura para que los conflictos se traten de viva voz”*.
- 12 En palabras de Couture (1958, p. 193): *“El método escrito que rige en la mayoría de los países hispanoamericanos, disminuye la efectividad del principio de publicidad. [...]”*.
- 13 Sobre la escritura, oralidad y sus principios consecuencia: Iñaki (1995, pp. 54-62).

- 14 De acuerdo con Arguedas (2000, pp. 455-460), la publicidad es un principio “hermano” de la oralidad y un complemento suyo. Sin embargo, advierte “[...] Si bien se podría afirmar que la oralidad y la publicidad caminan de la mano, es posible que en el proceso civil se disgreguen y que exista un proceso civil sin publicidad, esto es, con privacidad, ello debido a que los intereses que se debaten en él son de índole privada”.
- 15 La Declaración Universal de Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su Resolución 217 A (III), del 10 de diciembre de 1948 en París, establece en su artículo 10: “Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída **públicamente** y con justicia por un tribunal independiente e imparcial, para la determinación de sus derechos y obligaciones [...]”. El resalto no es del original.
- 16 El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI) del 16 de diciembre de 1966, estatuye en su artículo 14: “Todas las personas son iguales ante los tribunales y cortes de justicia. Toda persona tendrá derecho a ser oída **públicamente** y con las debidas garantías por un tribunal competente, independiente e imparcial, establecido por la ley, en la **substanciación de cualquier acusación de carácter penal formulada contra ella o para la determinación de sus derechos y obligaciones de carácter civil [...]** pero toda sentencia en materia penal o contenciosa será pública [...]”. La negrita no es del original.
- 17 La Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica fue redactada en noviembre de 1969 y entró en vigor el 18 de julio de 1978.
- 18 El artículo 8.5 de la CADH dispone: “El proceso penal debe ser **público**, salvo en lo que sea necesario para preservar los intereses de la justicia”. El resaltado no pertenece al original.
- 19 Entre otros: la Opinión Consultiva OC-11/90 del 10 de agosto de 1990; caso Cantoral Benavides vs. Perú, sentencia del 18 de agosto de 2000, serie C n.º 69; caso J. vs. Perú, excepción Preliminar, Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia del 27 de noviembre de 2013, serie C n.º 275; también, caso Palamara Iribarne vs. Chile, sentencia del 22 de noviembre de 2005.
- 20 De acuerdo con los juristas, Mauricio Duce, Felipe Marín y Cristián Riego (2008, p. 34): “[...] para establecer las exigencias mínimas de debido proceso en materia civil es indispensable conocer con cierto detalle las normas internacionales de derechos humanos contenidas no solo en la cláusula genérica inicial de los mismos, sino que también en aquellas posteriores que en principio solo parecen ser aplicables a materias penales. [...] Predicar entonces la especialidad de las cuestiones civiles para, por ejemplo, negar la necesidad de contar con procesos orales, públicos y contradictorios para toda controversia, supone desconocer las exigencias de debido proceso”.
- 21 En dichas materias, la tipificación de la publicidad se encuentra en el artículo 330 del Código Procesal Penal, Ley N.º 7594; artículo 99 del Código Procesal Contencioso-Administrativo, Ley N.º 8508); arts. 421 y 525 del Código de Trabajo, Ley N.º 2, el cual, a su vez, es aplicable supletoriamente a la Ley de Jurisdicción Agraria, Ley N.º 6734, que no contiene norma expresa.
- 22 Consúltese: López (2017, pp. 21 a 28).
- 23 Leyes especiales recientes incorporaron el modelo de audiencias orales, pero mantuvieron la privacidad de las actuaciones. En efecto, ni la Ley de Cobro Judicial N.º 8624, ni la Ley de Monitorio Arrendamiento N.º 9160 permiten expresamente la publicidad. Sus artículos 35 y 13, respectivamente, advirtieron que las audiencias deberían ajustarse al principio de oralidad; sin embargo, guardaron silencio en cuanto a la publicidad. En el caso del arbitraje, el artículo 51 de la Ley RAC dispone que las audiencias orales serán privadas, excepto que las partes acuerden lo contrario. Esto responde a la naturaleza confidencial que priva en este sistema paralelo de Administración de Justicia privada.

- 24 El NCPC los clasifica en procesos de conocimiento (ordinario, sumario), procesos especiales de conocimiento (monitorio e incidental), procesos de ejecución (ejecución provisional, condena sobre extremos económicos determinables en dinero, condenas de dar, condenas de hacer, condena de no hacer, frutos en especie y efectos de comercio, ejecución por suma líquida, ejecución hipotecaria y ejecución prendaria), un proceso universal (sucesorio) y procesos no contenciosos (pago por consignación, deslinde y demarcación de linderos, declaratoria de ausencia y presunción de muerte). A estos se les suma el denominado “proceso cautelar”, que es un instrumento accesorio a cualquier tipo de proceso de conocimiento.
- 25 El artículo 25.4 recoge lo que denominamos al inicio de este trabajo “publicidad interna”.
- 26 Consúltese: Mira (2010, p. 95).
- 27 Entre otras, habrá audiencias orales para: decidir sobre concesión, levantamiento o modificación de medidas cautelares (arts. 94, 96 p. 2°, 102.3.10); resolver sobre la ampliación de demanda (art. 35.6 p. 4°); práctica de excepciones procesales en forma anticipada a la audiencia única o preliminar (art. 37.3); práctica de prueba o alegaciones en apelación, casación o revisión (arts. 67.7, 69.7.4 y 72.5); etapa preliminar en ordinarios (art. 102.3); practicar prueba y recibir conclusiones en ordinarios (art. 102.5); actividades del sumario (art. 103.3); oposiciones en monitorios (art. 110.4) y en ejecuciones hipotecarias y prendarias (art. 168); práctica de prueba en incidentes fuera de audiencia (art. 114.2); apertura de testamento (art. 118.2); fijación de las bases para partición hereditaria (art. 133.2); oposición en ejecución provisional (art. 143.2); práctica de prueba en procedimientos de ejecución de sentencia (art. 147).
- 28 De forma similar, la Ley de Enjuiciamiento Civil de España, 1/2000 dispone en el artículo 137 que deben llevarse a cabo las declaraciones de las partes, testigos y peritos ante el tribunal y públicamente.
- 29 El Código Procesal Contencioso Administrativo preceptúa una similar prevención y en su artículo 99 indica: “[...] 3) *Quienes asistan permanecerán con actitud respetuosa y en silencio, mientras no estén autorizados para exponer o responder las preguntas que se les formulen. No podrán llevar armas ni otros objetos aptos para incomodar u ofender; tampoco podrán adoptar un comportamiento intimidatorio o provocativo, ni producir disturbios*”.
- 30 De acuerdo con Vescovi (1984, p. 70): “[...] *Las excelencias de la publicidad son indiscutibles, y el contralor por la comunidad es un bien innegable. No obstante, tiene sus defectos, ya que puede servir para desvirtuar el fin esencial, en cuanto el público, normalmente, solo se interesa por determinados juicios, especialmente aquellos que los medios masivos de comunicación realzan. Lo cual no siempre resulta bien orientado*”.
- 31 La seguridad nacional se refiere a aquellos asuntos que son parte de la política de Estado para preservar la integridad territorial del país o evitar situaciones excepcionales de extrema violencia que representen un peligro real e inminente de colapso del orden democrático.
- 32 En criterio de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, una acepción posible del orden público hace referencia a las “*condiciones que aseguran el funcionamiento armónico y normal de las instituciones sobre la base de un sistema coherente de valores y principios*”. Opinión Consultiva OC5/85, el 13-11-1985.
- 33 En palabras de la jurista Giselle Boza Solano (2017, p. 173): “*Con el concepto de juicios mediáticos o juicios paralelos entendemos el conjunto de informaciones periodísticas acerca de un caso judicial, aparecidas en un medio de comunicación, a lo largo de un periodo, en el que, mediante los recursos periodísticos, el mismo medio efectúa un proceso de valoración de los hechos sometidos por investigación o decisión judicial*”.
- 34 El tema de los juicios paralelos, según el juez Raymond Porter afirma (2010, p. 104-105) “[...] *en el mundo periodístico se tiende a invisibilizar, bajo el alegato que se trata en suma, no de Juicios Paralelos sino de malos jueces que se dejan influenciar por la prensa cuando su deber es ser independientes e imparciales (González Armando, entrevistado por Castro Mora 2005: 131); o bien, por algunos juristas que se aferran a la presunta invulnerabilidad de la estructura judicial y a la jerarquía de las normas (Presunción de Inocencia) como valladares inexpugnables frente a la opinión de la prensa (Carbonell, 2000) como si las normas jurídicas tuviesen facultades metafísicas para conjurar cualquier vulneración que se pretenda contra los bienes jurídicos que se tutelan [sic]*”.