

Registro: 2022220

Localización: 10a. Época, T.C.C., Gaceta del S.J.F., Libro 79, Octubre de 2020, Tomo III, p. 1863, [A], Penal, Número de tesis: VI.2o.P.64 P (10a.)

PUBLICIDAD EN EL SISTEMA PENAL ACUSATORIO. CASO EN EL QUE NO SE ACTUALIZA UNA RESTRICCIÓN EXCEPCIONAL A ESTE PRINCIPIO, AUN CUANDO A JUICIO DEL JUEZ IMPLIQUE UNA CUESTIÓN DE "DIGNIDAD" DE LA VÍCTIMA.

El principio de publicidad en materia penal está reconocido por la Convención Americana sobre Derechos Humanos en su artículo 8, numeral 5, que establece: "El proceso penal debe ser público, salvo en lo que sea necesario para preservar los intereses de la justicia.". Esto es, de acuerdo con el principio de publicidad que rige el proceso penal acusatorio, las audiencias serán públicas, con el propósito de que accedan a ellas no sólo las partes, sino también el público; no obstante, la publicidad puede restringirse excepcionalmente en los casos previstos en la ley por razones de seguridad nacional, seguridad pública, protección de las víctimas, testigos y menores, cuando se ponga en riesgo la revelación de datos legalmente protegidos o cuando el Juez estime que existen razones fundadas que así lo justifiquen, como lo establece el artículo 20, apartado B, fracción V, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Pero, además, no puede observarse el principio de publicidad, sin atender los intereses particulares de la víctima, porque en el nuevo sistema penal mexicano se ha reconocido la necesidad de establecer a la víctima como sujeto con derechos dentro del proceso penal, es decir, existe la aceptación de que la justicia exige que se respeten los derechos de la víctima de igual forma que los del imputado o acusado; aunado al propósito de la información generada por el interés de la sociedad para conocer la verdad de los hechos ocurridos y la vigilancia que debe tenerse sobre las autoridades al momento de juzgar; lo anterior, como parte de la protección judicial de los derechos fundamentales de la víctima u ofendido. En ese tenor, si el Juez de Control, a petición del Ministerio Público, decidió restringir el principio de publicidad, y desahogar la audiencia de vinculación a proceso a puerta cerrada, en virtud de que se trató de un multihomicidio (muertes violentas), y ese hecho pudiera generar irritación en la sociedad, lo que a juicio del Juez implicó una cuestión de "dignidad" de la víctima, dicha circunstancia no actualiza un caso excepcional que amerite el desahogo de la audiencia en privado, pues el solo hecho de tratarse de una muerte violenta, no autoriza al Juez a restringir la publicidad de la audiencia a título de "dignidad" de la víctima, precisamente porque al tener el principio de publicidad como finalidad, proteger a las partes –incluido al imputado– se traduce en un derecho que involucra, además, los derechos particulares de la propia víctima y al interés del ciudadano de conocer hechos relevantes, es decir, permite que la sociedad pueda conocer la verdad de lo ocurrido e implica que pueda vigilar que las autoridades juzguen apegadas a la Constitución y a la ley, habida cuenta que la publicidad es parte de la transparencia de los procesos penales. Por tanto, la decisión del Juez de Control de llevar a cabo la audiencia de vinculación a proceso a puerta cerrada, no implicó un verdadero análisis del principio de publicidad que conllevara la ponderación de los intereses de las víctimas indirectas, y los fines de la propia publicidad con la sociedad, lo que infringe el debido proceso y afecta el adecuado desahogo de la audiencia de vinculación que amerita su reposición.

SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA PENAL DEL SEXTO CIRCUITO.

Amparo en revisión 194/2019. 20 de septiembre de 2019. Unanimidad de votos. Ponente: Arturo Mejía Ponce de León. Secretario: Arnoldo Guillermo Sánchez de la Cerda.

Esta tesis se publicó el viernes 09 de octubre de 2020 a las 10:09 horas en el Semanario Judicial de la Federación.