

Índice

Presentación. Proceso penal y disciplinas sociales: la búsqueda de las garantías por Roberto Bergalli	I
Prólogo por Edmundo Samuel Hendler	IX
Primera Parte	
Introducción	
I. 1. Sobre el juicio penal y el espectáculo	1
I. 2. Sobre el presente libro y su metodología	24
Segunda Parte	
El principio de publicidad de los juicios penales en la historia	
II. 1. Antecedentes históricos premodernos	49
II. 1. a. La justicia y los castigos públicos antes de la aparición del Estado moderno	49
II. 1. b. Fiesta y rito	53
II. 2. Aparición del Estado moderno: las ceremonias de los castigos	57
II. 2. a. El Estado: centralismo y burocracia	57
II. 2. b. Secreto e Inquisición	62
II. 2. c. Espectáculo del castigo en el diagrama monárquico (o de soberanía)	67
II. 2. d. El derecho penal y la resistencia	73
II. 2. e. El hecho diferencial inglés. La Revolución Inglesa	77
II. 3. El sistema inquisitivo reformado. El marco político de la Ilustración. El juicio como ceremonia racional	82
II. 3. a. La cuestión de las penas y los juicios en la Ilustración	82
II. 3. b. Las revoluciones francesa y estadounidense	91
II. 3. c. La publicidad dentro de la arquitectura de gobierno de Jeremy Bentham	97
II. 3. d. Derechos y garantías, democracia liberal y publicidad de los juicios en los instrumentos jurídicos estatales y supraestatales del siglo XX	105

Tercera Parte

Los juicios penales en las sociedades de la comunicación

III. 1. Los medios de comunicación y la conformación de la "opinión pública" en el ideario ilustrado. Su influencia sobre la difusión de juicios penales durante el siglo XIX	111
III. 1. a. La "opinión pública" como concepto político liberal y la importancia de los medios de comunicación en épocas previas a las sociedades de masas	111
III. 1. b. La publicidad de los juicios en la prensa del siglo XIX	117
III. 2. Los medios de comunicación como productores de consenso o generadores de crisis	121
III. 2. a. La publicidad como herramienta política para obtener consenso	121
III. 2. b. La tensión entre la función crítica y la función legitimadora de la publicidad ampliada por los medios masivos de comunicación	125
III. 2. c. Los medios del siglo XX, inmersos en la lógica capitalista, no afectan las potencialidades críticas del principio de publicidad	136
III. 3. La aparición de la televisión y las críticas ideológicas y científicas	143
III. 3. a. Las críticas a la televisión, el medio que "deforma" y no "informa". El que mira no sólo controla, sino que es controlado	143
III. 3. b. Los estudios sociológicos sobre los "efectos" de la televisión	150
III. 3. c. Redescubriendo al público. La televisión no "forma" la realidad sino que forma parte de la realidad. El potencial crítico y la presencia del azar en las relaciones mediadas por la televisión	157
III. 3. d. Relación entre las críticas a la televisión y las críticas a la cultura popular	165

Cuarta Parte

La televisión de los juicios en el derecho comparado: legislación, jurisprudencia, doctrina y resonancia periodística de algunos casos

IV. 1. Introducción. El derecho comparado y el internacional	175
IV. 2. La televisión de los juicios en los Estados Unidos de América	182
IV. 3. La televisión de los juicios en Inglaterra y Gales	194
IV. 4. La televisión de los juicios en Francia	201
IV. 5. La televisión de los juicios en Alemania	209
IV. 6. La televisión de los juicios en Italia	216
IV. 7. La televisión de los juicios en España	223
IV. 8. La televisión de los juicios en Argentina	242

Quinta Parte

Los problemas de la televisión de los juicios penales

V. 1. Consideraciones previas. Problemas de la televisión de los juicios penales. La no especialidad de la cuestión frente a los problemas de la publicidad de los juicios	255
--	-----

V. 2. Problemas de la televisión de los juicios penales en relación a la "recta" administración de justicia	258
V. 2. a. El "decoro": el orden en la sala y la seguridad de los presentes	258
V. 2. b. La imagen de una buena administración de justicia	261
V. 2. c. El debido proceso y sus principios configuradores	267
V. 2. d. La imparcialidad de quien debe juzgar	272
V. 2. e. El impacto psicológico sobre los otros actores y la alteración de las conductas procesales	279
V. 2. f. La publicidad utilizada por el "enemigo"	283
V. 3. Problemas de la televisión de los juicios penales en relación con las garantías de los acusados y con los derechos de terceros	285
V. 3. a. Las garantías del acusado como límite a la televisión de juicios penales	285
V. 3. b. La "privacidad". El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen	290
V. 4. Problemas "criminológicos" de la televisión de los juicios penales	297
V. 3. a. El efecto "contagio" y otros factores "criminógenos"	297
V. 3. b. El temor a una segunda victimización	300
V. 3. c. Las dificultades resocializadoras que comportaría	302
V. 3. d. La creación de alarma social y de estereotipos criminales	305

Sexta Parte

Las funciones del ritual judicial mediático

VI. 1. Funciones del principio de publicidad actualizado por la difusión mediática del juicio penal. Análisis "funcional"	315
VI. 2. El ritual judicial y sus múltiples facetas	322
VI. 3. Funciones de la publicidad con respecto al imputado	334
VI. 4. Funciones de la publicidad del juicio para las víctimas	339
VI. 5. Funciones de la publicidad para el Estado	344
VI. 6. Funciones de la publicidad para los ciudadanos en general	358
VI. 7. La efectiva publicidad de los juicios como principio político complejo configurante de las democracias contemporáneas	365

Séptima Parte

La burocratización y el secreto, la participación y la publicidad

VII. 1. El secreto en la mayoría de los casos y el espectáculo en unos pocos	377
VII. 1. a. El semi-secreto y la semi-publicidad. Los sistemas penales actuales y el problema de la fase de "instrucción"	377
VII. 1. b. La "crisis" de los sistemas penales. Perspectivas y emergencias de cara al futuro	383
VII. 2. El modelo de la "conformidad" y la extensión del secreto	388
VII. 2. a. El dominio de los expertos	388
VII. 2. b. La búsqueda de "eficiencia". Mayor cantidad de casos con menos costo	394
VII. 2. c. Las soluciones "consensuales"	398

VII. 3. Juicios públicos y garantías para todos los conflictos graves	416
VII. 3. a. La participación de los públicos. El jurado	416
VII. 3. b. La búsqueda de "sentido". Menos casos pero de más importancia	423
VII. 3. c. Un "espectáculo" muy formalizado	431
Octava Parte	
Conclusiones	443
Bibliografía	461