

Ministerio Público y uso de redes sociales.

Por Fernando Santelices¹, miembro de Humanizar.

¿Es adecuado que la Fiscalía use las redes sociales para informar diligencias, mostrar futuras acciones y celebrar resultados de audiencias? A mí no me parece correcto, al menos como pareciera realizarse al día de hoy.

¿Por qué la Fiscalía tiene que celebrar que una persona quede en prisión preventiva? ¿Debe contar en sus redes que un imputado prestó declaración? ¿Puede publicar fotos de alegatos al interior de una sala de Corte?

Claro, la Fiscalía no muestra en sus redes las absoluciones, las resoluciones que ponen en tela de juicio su trabajo, los amparos que son acogidos o las indemnizaciones a las que se condena al Fisco por su actuar. De alguna forma, hoy algunas Fiscalías parecieran comenzar a usar las redes sociales como un influencer y ello debiera prender ciertas alertas.

La Fiscalía es un órgano público, que se rige por el principio objetividad y debe respetar la presunción de inocencia. El respeto y la discreción son valores institucionales expresos. Mostrar con algo de satisfacción la detención o la obtención una prisión preventiva por Instagram no me parece compatible con estos principios.

Quiero creer que, por razones de carga de trabajo, muchas veces los equipos de comunicaciones de las respectivas Fiscalías no conversan con los equipos jurídicos. Esto es, el encargado de prensa hace su trabajo y el fiscal el suyo. Personalmente, me parece que estas redes debiesen ser muy limitadas, informativas, educativas y únicamente referirse a casos concretos cuando exista una sentencia definitiva firme. Para todo lo demás están los medios de prensa.

De acuerdo a la Política de Comunicaciones del Ministerio Público (2022) uno de los objetivos generales de esta es que la ciudadanía comprenda el actuar de los fiscales. Eso está bien. Sin embargo, un objetivo específico de la misma política es también moderar las expectativas de la ciudadanía.

¹ Abogado de la Universidad Diego Portales. Magíster en Ciencias Jurídicas de la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España. Diplomado en Reforma Procesal Penal, Juicio Oral y Litigación y Diplomado en Responsabilidad Civil de la Universidad Diego Portales. Actualmente es profesor de Derecho Procesal Penal en la Universidad Adolfo Ibáñez y abogado litigante, socio en Briones Sánchez Santelices Abogados. También es profesor de la Academia Judicial de Chile desde el año 2019. Anteriormente se desempeñó como fiscal del Ministerio Público (2006-2010) y participó del programa de Tribunales de Tratamientos de Drogas (TTD). También fue auditor externo de la Defensoría Penal Pública (2018-2019). Además de consultor internacional en Gestión de Fiscalías en Management Systems International (MSI), USAID, México (2012-2013).

Me parece que hay una delgada línea entre informar y generar expectativas que luego podrían no ser satisfechas, afectando al sistema y a la propia institución. Ello sin contar el potencial daño a la persona involucrada.

Hoy existe una Unidad de Asesoría de Comunicaciones a nivel nacional que, en coordinación con los Asesores de Comunicaciones de las Fiscalías Regionales, define y ejecuta la línea editorial y la edición de contenidos de las redes sociales institucionales. Sin embargo, el uso de redes es muy dispar en cada Fiscalía Regional. Algunas son muy entusiastas, otras ni siquiera utilizan las redes.

En el contexto actual, institucional y político, hay que poner atención en el adecuado uso de las redes por el Ministerio Público. Como señala la propia Fiscalía su Política de Comunicaciones “La comunicación se planifica. Nunca es aleatoria y actúa ex ante, no ex post”.

El profesionalismo y bajo perfil de tantos buenos fiscales que existen en Chile no requiere likes, votos ni auspiciadores.