

Comentario Jurisprudencial

CONSIDERACIONES SOBRE EL “HECHO COMUNICACIONAL” COMO ESPECIE DEL “HECHO NOTORIO” EN LA DOCTRINA DE LA SALA CONSTITUCIONAL DEL TRIBUNAL SUPREMO

Allan R. Brewer-Carías

Resumen: *Con fundamento en un “hecho notorio judicial”, la Sala Constitucional en esta sentencia, establece los elementos que configuran el “hecho comunicacional” como especie de “hecho notorio” conformado por hechos, sucesos o acaecimientos divulgados en noticias (no opiniones) a través de los medios de comunicación, y que no han sido desmentidas.*

I. ANTECEDENTES

La Sala Constitucional el Tribunal Supremo de Justicia, mediante la sentencia n° 98 de 15 de marzo de 2000, conforme al ordinal 1° del artículo 6 de la Ley Orgánica de Amparo sobre Derechos y Garantías Constitucionales (“Cuando haya cesado la violación”) declaró inadmisibles un recurso de amparo que había sido interpuesto por el Coronel Oscar Silva Hernández contra una decisión contentiva del auto de detención que había sido dictado por el Tribunal Instructor de la Corte Marcial, por considerar que había cesado la violación alegada por el accionante, por haberse dictado en el proceso respectivo una decisión absolutoria.

Para adoptar su decisión, la Sala consideró que la sentencia absolutoria que había sido dictada, aún cuando no constaba en autos, constituía un “hecho comunicacional” (“hecho notorio judicial”) que no requería prueba, argumentando como sigue:

La Sala ha hecho estas consideraciones, porque a este Tribunal consta, ya que reciben los Magistrados a diario un resumen de lo publicado en la prensa, y además existe en este Tribunal Supremo un archivo hemerográfico, que con fecha 22 de octubre de 1999 de manera coetánea en varios diarios de circulación en la ciudad de Caracas, se publicó que en el proceso militar que se siguió ante la Corte Marcial contra el General de Brigada Ramón Rodríguez Mayol, y los Coroneles Juan Jiménez Silva y Oscar Silva Hernández, el cual es el mismo proceso identificado en este amparo, fue absuelto el Coronel (Guardia Nacional) Oscar Silva Hernández. En el diario El Universal, de fecha 22 de octubre de 1999 se reseña la noticia, al igual que en el diario El Nacional de la misma fecha, en la página D-7, donde además se reprodujo una gráfica del Coronel Silva Hernández con el subtítulo: “El Coronel Oscar Silva fue absuelto de todos los cargos”.

Dicha información se convirtió en un hecho publicacional notorio, que fija como cierto esta Sala, y que demuestra que la posible violación denunciada por el recurrente cesó antes que se dicte decisión en esta Sala...

Es decir, la Sala Constitucional, para declarar inadmisibles una acción de amparo se basó en la existencia de un hecho cierto, que efectivamente había acaecido, que era que se había dictado una determinada sentencia, por un tribunal preciso, en un proceso determinado, en una fecha precisa y en relación con la persona que accionaba en amparo, hecho del cual tuvo conocimiento la Sala y que consideró como suficientemente probado como “hecho comunicacional”, aún cuando el texto de la sentencia no cursara en autos.

Para dictar su decisión, la Sala argumentó sobre qué debe entenderse primero por “hecho notorio”; segundo, por “hecho publicitado”; tercero por “hecho comunicacional”; considerando a este último, en definitiva, sólo al hecho publicitado mediante noticias (no opiniones) que no ha sido desmentido, el cual debe responder a las características que se precisaron en la misma sentencia, y que se citan al final.

La sentencia de la Sala Constitucional, sin embargo, ha sido mal leída y peor interpretada, tanto en decisiones administrativas como en sentencias, como en el foro, donde abogados y funcionarios han llegado a considerar como “hecho comunicacional” las solas opiniones de periodistas expresadas en artículos de prensa o en entrevistas de televisión, y ello para obviar la obligación de probar los hechos alegados. Por ello, resulta indispensable precisar qué debe entenderse por “hecho comunicacional” conforme a lo efectivamente decidido por la Sala.

II. SOBRE EL HECHO NOTORIO

La Sala comenzó su argumentación haciendo referencia al principio del derecho medieval “*notoria non eget probatione*”, conforme al cual se “exoneraba de prueba al hecho notorio”, agregando que:

“la conceptualización de que debe entenderse por dicho hecho, ha sido discutido por diferentes autores, siendo la definición del tratadista italiano Piero Calamandrei, en su obra *Definición del Hecho Notorio (Estudios Sobre El Proceso Civil*. Editorial Bibliográfica Argentina 1945), tal vez la de mayor aceptación. El maestro Calamandrei lo definía así: “se consideran notorios aquellos hechos el conocimiento de los cuales forma parte de la cultura normal propia de un determinado círculo social en el tiempo en que se produce la decisión”. El principio de que lo notorio no requiere prueba fue acogido en el artículo 506 del Código de Procedimiento Civil, así como por el artículo 215 del Código Orgánico Procesal Penal, por lo que se trata de un principio que informa al proceso en general.

En efecto, en el artículo 506 del Código de Procedimiento Civil se dispone que “los hechos notorios no son objeto de prueba”; y en el artículo 198 del Código Orgánico Procesal Penal de 2001 (equivalente al artículo 215 del Código de 1998) dispone que “El tribunal puede prescindir de la prueba cuando ésta sea ofrecida para acreditar un hecho notorio”.

Ahora bien, en cuanto a la necesidad de que el “hecho notorio” para que no tenga que ser probado, forme parte de la cultura de un grupo social, la Sala señaló que ello:

“se hacía impermitible en épocas donde la transmisión del conocimiento sobre los hechos tenía una difusión lenta, sin uniformidad con respecto a la sociedad que los recibía, y tal requisito sigue vigente con relación a los hechos pasados o a los hechos que pierden vigencia para la colectividad, a pesar que en un momento determinado eran conocidos como trascendentales por la mayoría de la población. Dichos hechos no se podrán proyectar hacia el futuro, para adquirir allí relevancia probatoria, si no se incorporan a la cultura y por ello la Casación Civil de la extinta Corte Suprema de Justicia en fallo de 21 de julio de 1993, acotó que la sola publicación por algún medio de comunicación social, sin la certeza de que el hecho fuere “conocido y sabido por el común de la gente en una época determinada”, no convertía al hecho en notorio, concepto que comparte esta Sala, ya que la noticia aislada no se incorpora a la cultura.

Ceñidos a la definición de Calamandrei, puede decirse que la concepción clásica del hecho notorio, requiere, por la necesidad de la incorporación del hecho a la cultura, que el, por su importancia, se integre a la memoria colectiva, con lo que adquiere connotación de referencia en el hablar cotidiano, o forma parte de los refranes, o de los ejemplos o recuerdos, de lo que se conversa en un círculo social. Por ello son hechos notorios sucesos como el desastre de Tocoa, la caída de un sector del puente sobre el lago de Maracaibo, los eventos de octubre de 1945, la segunda guerra mundial, etc.

La Sala, por tanto, comenzó su sentencia estableciendo que a los efectos de la concepción del “hecho notorio”, ante todo tiene que tratarse de un “hecho”, es decir, de un *acontecimiento, suceso o acaecimiento que efectivamente haya tenido lugar*, y que por haberse conocido entró a formar parte de la cultura, se integró a la memoria colectiva, constituye referencia en el hablar cotidiano de las personas, parte de sus recuerdos y de las conversaciones sociales.

El hecho notorio, por tanto, ante todo tiene que ser un hecho (suceso, acaecimiento) *cierto, real, que sucedió indubitadamente*, y que por su conocimiento por el común de la gente debido a su divulgación (ya que no todo el común de la gente pudo haber presenciado el hecho), entonces no requiere ser probado.

De allí los precisos ejemplos que utilizó la Sala en su sentencia, todos referidos a hechos ciertos, reales, que efectivamente sucedieron o acaecieron: “el desastre de Tocoa” referido al hecho del incendio de tanques de combustible en la Planta de la Electricidad de Caracas en Tocoa (Litoral Central); “la caída de un sector del puente sobre el lago de Maracaibo”, referido al hecho del choque de un barco tanquero contra una sección del puente sobre el Lago de Maracaibo y la caída de dicha sección que interrumpió el tránsito; “los eventos de octubre de 1945” referidos al hecho conocido como la “Revolución de octubre” de 1945 que originó el derrocamiento del gobierno del Presidente Isaías Medina Angarita y la instalación de una Junta de Gobierno; y “la segunda guerra mundial”, hecho acaecido desde 1939 hasta 1945.

Es precisamente frente a tales hechos ciertos, que la Sala, en otra parte de su sentencia afirmó que:

Resulta un despilfarro probatorio y un ritualismo excesivo, contrario a las previsiones de una justicia idónea, responsable, sin dilaciones indebidas y sin formalismos, que consagra el artículo 26 de la vigente Constitución, que se deba probar formalmente en un juicio, por ejemplo, que la Línea Aeropostal Venezolana es una línea aérea; que fulano es el Gobernador de un Estado; o que existen bebidas gaseosas ligeras, o que el equipo Magallanes es un equipo de béisbol; o que José Luis Rodríguez es un cantante; o Rudy Rodríguez una actriz; o que una persona fue asesinada, y que su presunto victimario resultó absuelto; se trata de conocimientos de igual entidad que el difundido por la prensa en el sentido que un día y hora determinado hubo una gran congestión de tránsito en una avenida, o se cayó un puente en ella, etc.

III. EL “HECHO PUBLICITADO” O “HECHO COMUNICACIONAL”

La Sala Constitucional, en su sentencia, pasó luego a hacer consideraciones sobre lo que denominó “hecho publicitado” y “hecho comunicacional”, argumentando que en el mundo actual:

“con el auge de la comunicación escrita mediante periódicos, o por vías audiovisuales, ha generado la presencia de otro hecho, cual es el hecho publicitado, el cual en principio no se puede afirmar si es cierto o no, pero que adquiere difusión pública uniforme por los medios de comunicación social, por lo que muy bien podría llamársele el hecho comunicacional y puede tenerse como una categoría entre los hechos notorios, ya que forma parte de la cultura de un grupo o círculo social en una época o momento determinado, después del cual pierde trascendencia y su recuerdo solo se guarda en bibliotecas o instituciones parecidas, pero que para la fecha del fallo formaba parte del saber mayoritario de un círculo o grupo social, o a el podía accederse.

Así, los medios de comunicación social escritos, radiales o audiovisuales, publicitan un hecho como cierto, como sucedido, y esa situación de certeza se consolida cuando el hecho no es desmentido a pesar que ocupa un espacio reiterado en los medios de comunicación social”.

La primera condición que precisó la Sala al precisar el concepto de “hecho comunicacional” es la necesidad de que *su certeza se haya consolidado porque el hecho no haya sido desmentido*. Por tanto, para que los hechos comunicacionales puedan ser una “categoría de los hechos notorios”, es indispensable *que los mismos no sean desmentidos*, lo que significa que en principio también tiene que tratarse de hechos reales, *acaecidos efectivamente*.

Un hecho falso, que no acaeció efectivamente, por más que se publicite “como cierto, como sucedido”, si es desmentido, nunca puede adquirir la categoría de hecho notorio. Es decir, un hecho que jamás acaeció en la realidad, nunca puede considerarse como “cierto” salvo que sea admitido por el común y nunca haya sido desmentido.

Por tanto, si el “hecho publicitado” es desmentido, nunca podría adquirir la categoría de hecho comunicacional como tipo de hecho notorio. La Sala, en esto, fue precisa indicando que en este caso de un hecho publicitado, si bien “no se puede afirmar si es cierto o no”, lo cierto es que los medios de comunicación lo “publicitan un hecho como cierto”; pero dicha *“certeza se consolida cuando el hecho no es desmentido* a pesar de que ocupa un espacio reiterado en los medios de comunicación”.

De allí la conclusión de la Sala en esta consideración sobre el carácter de los hechos publicitados *“mientras no se desmientan”*:

De esta manera, el colectivo se entera de conflictos armados, de los viajes del Presidente de la República, de los nombramientos que hace el Congreso, de la existencia de crímenes y otros delitos, de la existencia de juicios, etc.

Estas noticias publicitadas por los medios (por varios) de manera uniforme, podrían ser falsas, pero mientras no se desmientan y se repitan como ciertas, para el que se entera de ellas son hechos verdaderos sucedidos, así su recuerdo no se haya dilatado en el tiempo.

Se trata de un efecto de la comunicación masiva, que en forma transitoria y puntual hace del conocimiento general un hecho que durante cierto espacio de tiempo, a veces breve, permite a los componentes de la sociedad referirse a él y comentar el suceso, o tomar conciencia de un mensaje, como sucede con la propaganda o publicidad masiva.

La Sala, además, fue precisa en indicar que sería una “irrealidad” “pensar que este hecho del cual toma conciencia no sólo el juez, sino un gran sector del colectivo, es de igual entidad que los otros hechos litigiosos”; agregando “Tan irreal es, que la doctrina enseña que es un requisito de validez del reconocimiento de individuos en rueda de personas, el que las fotografías de los posibles reconocidos no deben haber recibido publicidad previa al acto de reconocimiento”.

En consecuencia, para que un “hecho” que nunca acaeció, que sea falso y que sin embargo haya sido publicitado como cierto, pueda llegar a considerarse como un “hecho comunicacional” como categoría de hecho notorio, tal “hecho” no debe haber sido desmentido, es decir, debe haber sido aceptado.

IV. LOS “HECHOS COMUNICACIONALES” Y LOS HECHOS FALSOS

De lo anterior podría sin duda resultar el absurdo de que un hecho falso, es decir, que no haya sido tal, que no haya acaecido jamás, a pesar de ello podría llegar a convertirse en la ficción de “hecho comunicacional”, si el mismo se ha repetido en los medios de comunicación como verdaderamente sucedido, y haya consolidado certeza *porque nadie lo haya desmentido*. Sin duda, se trata de una situación excepcionalísima, delineada por la Sala Constitucional partiendo de la exigencia fundamental de que tales “hechos” no hubieran sido desmentidos.

Precisamente por ello, aún cuando un hecho falso pueda llegar a constituirse en un “hecho comunicacional”, porque no haya sido desmentido, en la misma sentencia la Sala Constitucional destacó que:

El que el hecho sea falso, como ya se dijo, es una posibilidad mínima, pero que siempre puede ser opuesto y constatado en la misma instancia, si es la parte quien pretende valerse de él, o en la alzada si proviene del juez; y hasta puede ser confrontado dentro del recurso de Casación, mediante el artículo 312 del Código de Procedimiento Civil.

En otra parte de la sentencia, la Sala insistió sobre este aspecto del hecho comunicacional destacando que en el caso de esa “posibilidad mínima” de que tal hecho sea falso, “no se ocasionaría para nadie daño alguno” pues para ello está la facultad judicial de control, a cuyo efecto indicó lo siguiente:

Los medios de comunicación se proyectan hacia una sociedad de masas, que recibe conocimientos por diversos medios: prensa, radio, audiovisuales, redes informáticas, que unifican el saber colectivo sobre los hechos que se presentan como ciertamente acaecidos (eventos), donde las imágenes que se transmiten o se publican someten con su mensaje a la masa a la cual pertenece el juez y las partes. Siendo así, ¿para qué exigir pruebas sobre esos hechos comunicados, si todos –así sean falsos- creen que al menos ocurrieran verazmente? Con aceptar que el juez como parte de ese conocimiento colectivo, así este sea transitorio y temporal, fije en un fallo un hecho, no se ocasiona para nadie ningún daño, porque si el juez inventare el hecho, la alzada y hasta la casación, al no conocerlo, lo eliminarían del mundo de los hechos ciertos, necesarios para poder sentenciar, y para ello bastaría la consciencia del sentenciador de la alzada de no conocer el hecho como cierto, ni poder tomar cuenta de él por no saber dónde buscarlo.

V. EL JUEZ Y EL HECHO COMUNICACIONAL

Ahora bien, delineado en los términos anteriores lo que la Sala Constitucional consideró como “hecho comunicacional”, la misma Sala en la sentencia se preguntó si “¿Puede el juez fijar al hecho comunicacional, como un hecho probado, sin que conste en autos elementos que lo verifiquen?, dándose le siguiente respuesta:

Si se interpreta estrictamente el artículo 12 del Código de Procedimiento Civil, el cual es un principio general, el juez sólo puede sentenciar en base a lo probado en autos, con excepción del hecho notorio. Tiene así vigencia el vetusto principio que lo que no está en el expediente no está en el mundo. Pero si observamos las sentencias, encontramos que ellas contienen un cúmulo de hechos que no están probados en autos, pero que son parte del conocimiento del juez como ente social, sin que puedan tildarse muchos de ellos ni siquiera como hechos notorios. Así, los jueces se refieren a fenómenos naturales transitorios, a hechos que están patentes en las ciudades (existencia de calles, edificios, etc.), a sentencias de otros tribunales que se citan como jurisprudencia, a obras de derecho o de otras ciencias o artes, al escándalo público que genera un caso, a la hora de los actos, sin que existan en autos pruebas de ellos.

Si esto es posible con esos hechos, que casi se confunden con el saber privado del juez, con mucha mayor razón será posible que el sentenciador disponga como ciertos y los fije en autos, a los hechos comunicacionales que se publicitan hacia todo el colectivo y que en un momento dado se hacen notorios (así sea transitoriamente) para ese colectivo.

Esta realidad lleva a esta Sala a considerar que el hecho comunicacional, como un tipo de notoriedad, puede ser fijado como cierto por el juez sin necesidad que conste en autos, ya que la publicidad que él ha recibido permite, tanto al juez como a los miembros de la sociedad, conocer su existencia, lo que significa que el sentenciador realmente no está haciendo uso de su saber privado; y pudiendo los miembros del colectivo, tener en un momento determinado, igual conocimiento de la existencia del hecho, porque negar su uso procesal.

VI. ACREDITACIÓN DE LOS “HECHOS COMUNICACIONALES”

Sobre la acreditación en autos de los hechos comunicacionales, la Sala en su sentencia señaló lo siguiente:

En primer lugar, precisó que se trata de instrumentos contentivos de noticias, así:

El hecho comunicacional puede ser acreditado por el juez o por las partes con los instrumentos contentivos de lo publicado, o por grabaciones o videos, por ejemplo, de las emisiones radiofónicas o de las audiovisuales, que demuestren la difusión del hecho, su uniformidad en los distintos medios y su consolidación; es decir, lo que constituye la noticia.

En segundo lugar, precisó que el juez también puede fijarlo, cuando tenga conocimiento cierto del hecho comunicacional, indicando:

Pero el juez, conocedor de dicho hecho, también puede fijarlo en base a su saber personal, el cual, debido a la difusión, debe ser también conocido por el juez de la alzada, o puede tener acceso a él en caso que no lo conociera o dudase. Tal conocimiento debe darse por cierto, ya que solo personas totalmente desaprensivos en un grupo social hacia el cual se dirige el hecho, podrían ignorarlo; y un juez no puede ser de esta categoría de personas.

En cuanto a la forma de acreditar los hechos comunicacionales, en otra parte de la sentencia, la Sala indicó lo siguiente:

No existe en las leyes procesales una oportunidad para que las partes consulten a los jueces sobre su conocimiento del hecho notorio clásico, o del notorio comunicacional, lo que carga a las partes, sobre todo con respecto a estos últimos, a probarlos mediante las publicaciones o copias de los audiovisuales, si es que dudan que el juez no los conozca. A tenor del artículo 432 del Código de Procedimiento Civil los actos que la ley ordena se publique en periódicos son considerados fidedignos, lo que involucra que el periódico que los contiene también lo son, salvo prueba en contrario. Ahora bien, si el ejemplar de la prensa se reputa, sin más, que emana del editor en esos casos, y que dicho ejemplar representa la edición de ese día, igual valor probatorio debe tener el periódico como tal en lo que al resto de su contenido expresa.

En su sentencia, la Sala Constitucional concluyó su apreciación sobre el hecho comunicacional conforme a los principios del proceso y de la justicia expedita e idónea establecidos en la Constitución (arts. 2, 26, 257) señalando que:

a pesar de que el hecho comunicacional y su incorporación a los autos de oficio por el juez, no está prevenido expresamente en la ley, ante su realidad y el tratamiento que se viene dando en los fallos a otros hechos, incluso de menos difusión, esta Sala considera que para desarrollar un proceso justo, idóneo y sin formalismos inútiles, el sentenciador puede dar como ciertos los hechos comunicacionales con los caracteres que luego se indican, y por ello puede fijar como cierto, los hechos que de una manera uniforme fueron objeto de difusión por los medios de comunicación, considerándolos una categoría de hechos notorios, de corta duración.

VII. LA NOTICIA COMO FUENTE DEL “HECHO COMUNICACIONAL”

Por otra parte, en la misma sentencia, la Sala Constitucional fue precisa al destacar que la fuente de los hechos comunicacionales tiene que ser la “noticia” precisamente como reseña de sucesos, eventos o acaecimientos que se han sucedido y que se publicitan, por lo que nunca pueden ser fuente de tales hechos comunicacionales, por ejemplo las opiniones, entrevistas o apreciaciones de periodistas o personas que se publican. La Sala, en efecto, señaló lo siguiente:

El ejercicio del periodismo se hace efectivo mediante la comunicación de la noticia, que informa sobre el suceso nacional o internacional que se considera debe conocer el público. El área de la noticia es extensa: eventos naturales, humanos, sociales, culturales, judiciales, etc., son reseñados y transmitidos al colectivo. En los medios de comunicación, la noticia destaca ya que es uno de los fines primordiales del medio, y el periodismo se ejerce de esta manera, siendo el informante, el periódico o el noticiero; es decir, la empresa de comunicaciones.

La noticia, entendida como suceso reseñado, contrasta con otros contenidos de los medios, tales como artículos de opinión, entrevistas, remitidos, propaganda comercial, comunicaciones públicas, y avisos o llamados que ordena la ley se hagan mediante la prensa impresa y que muy bien pudieran ser parte de la comunicación radial o audiovisual, aunque la ley no los contemple.

De acuerdo con la doctrina de la Sala, por tanto, no pueden ser fuente de los hechos comunicacionales las “opiniones, testimonios, anuncios, cuya autoría y veracidad no consta”, pues “de este residuo se tiene certeza de que fueron difundidos, más no de su veracidad”; en cambio, “el hecho del cual se hace responsable el medio de comunicación y que varios medios lo presentan como sucedido efectivamente, resulta captado por el colectivo como un hecho veraz”. Por ello concluyó la Sala señalando que:

El hecho comunicacional es preferentemente la noticia de sucesos, pero de él pueden formar parte, como realidades, la publicidad masiva.

Sobre este último aspecto de la noticia y de la publicidad a los efectos del hecho comunicacional, la Sala indicó:

Si las publicaciones que la ley ordene se hagan por la prensa, como carteles de citación, edictos, balances, etc., producen efectos jurídicos y se tienen por conocidos por todos, no hay razón para considerar que el resto de lo que se comunica como noticia importante no goce del conocimiento común, aunque hay que distinguir del material publicitado de aquel que la ley ordena se publique y que por mandato legal se hace, para que la ficción de conocimiento abarque al colectivo, del resto de lo informado. De ese resto, existe la información de sucesos que es el meollo de la noticia, y que debe separarse del resto del contenido de lo difundido, como la publicidad, artículos de opinión, etc., que forman un sector del periodismo o de la comunicación diferente a la información de eventos, los cuales –como tales- deben interesar a la colectividad y le dan a la función periodística (en cualquiera de sus expresiones) el carácter de servicio público. Ello no quiere decir que la publicidad comercial, no llegue a surtir los mismos efectos que el nuevo difundido en cuanto a su conocimiento, ni que las ruedas de prensa reseñadas por diversos medios, no adquieran la dimensión de suceso de actualidad; pero en lo comunicado por los medios masivos, hay que distinguir aquellos que forman la noticia y que llaman la atención por su forma de presentarlos o exponerlos, de aquellos que no conforman el meollo del mensaje, como avisos, carteles, etc., que no son destacados por el medio de comunicación social y que no son del interés colectivo como eventos ocurridos.

Ahora bien, volviendo al meollo de la fuente del hecho comunicacional vinculada a la noticia, la sala precisó:

Desde este ángulo, las informaciones sobre sucesos y eventos que en forma unánime y en el mismo sentido hacen los medios de comunicación social de alta circulación o captación, son aprehendidos por toda la colectividad, que así sabe, por ejemplo, que se interrumpió una vía, se produjo un accidente aéreo, se dictó una decisión judicial en un caso publicitado, etc. Esta noticia tiene mucho mayor impacto que el cartel de citación, o la información que legalmente debe publicarse, que con su difusión por la prensa adquiere la ficción de ser conocida por la colectividad, sin tener el poder de captación que tiene la noticia destacada del suceso, a veces potenciada con gráficas, letras de mayor tamaño y otros elementos para su aprehensión visual (o conozca, según los casos), faltando además en los hechos puntuales (carteles, etc.), la mayoría de las veces, la publicación coetánea por varios medios.

Por la vía de la información periodística, el colectivo adquiere conocimiento, al menos en lo esencial, de determinados hechos y al todo el mundo conocer el hecho o tener acceso a tal conocimiento, no se hace necesario con respecto al proceso, mantener la prohibición del artículo 12 del Código de Procedimiento Civil, principio general del derecho (que no se puede sentenciar sino de acuerdo a lo probado en autos). Tal principio persigue que el juez no haga uso de su saber personal sobre el caso, ya que de hacerlo surgiría una incompatibilidad psicológica entre la función de juez y la de testigo, tal como lo decía el Maestro

Calamandrei en la página 195 de la obra antes citada; además de coartarle a las partes el control de la prueba, ya que ellas no podrán ejercer el principio de control de hechos que solo conoce el juez y los vierte al proceso, minimizando así el derecho de defensa que consagra el artículo 49 de la vigente Constitución.

Pero con los hechos publicitados la situación es distinta, todos conocen o pueden conocer de ellos lo mismo, y mal puede hablarse que se trata de un conocimiento personal del juez incontrolable para las partes. Es por ello que la prohibición del artículo 12 Código de Procedimiento Civil, con su sentido protector de las partes, no opera ante este tipo de hecho, producto de los tiempos actuales y del desarrollo de la comunicación.

VIII. CARACTERÍSTICAS DEL “HECHO COMUNICACIONAL”

Después de haber realizado todas las consideraciones anteriores, la Sala concluyó precisando las características del hecho comunicacional, indicando que si bien “Es cierto que el hecho comunicacional, como cualquier otro hecho, puede ser falso”, “dicho hecho tiene características que lo individualizan y crean una sensación de veracidad que debe ser tomada en cuenta por el sentenciador”; de manera que:

Esos caracteres confluyentes son:

1) Se trata de un hecho, no de una opinión o un testimonio, sino de un evento reseñado por el medio como noticia;

2) Su difusión es simultánea por varios medios de comunicación social escritos, audiovisuales, o radiales, lo cual puede venir acompañado de imágenes;

3) Es necesario que el hecho *no resulte sujeto a rectificaciones, a dudas sobre su existencia, a presunciones sobre la falsedad del mismo*, que surjan de los mismos medios que lo comunican, o de otros y, es lo que esta Sala ha llamado antes la **consolidación del hecho**, lo cual ocurre en un tiempo prudencialmente calculado por el juez, a raíz de su comunicación; y

4) Que los hechos sean contemporáneos para la fecha del juicio o de la sentencia que los tomará en cuenta.

En consecuencia, el “hecho comunicacional” como especie del hecho notorio que no requeriría prueba, conforme a la doctrina de la Sala Constitucional, sólo podría ser un hecho (un acaecimiento, un suceso o un evento y no una opinión o testimonio de un periodista), reseñado en los medios como una “noticia” (no como apreciaciones de periodistas), que por ser cierto, no puede estar sujeto a rectificaciones o dudas sobre su existencia o a presunciones sobre su falsedad, y que además, no haya sido desmentido.