



**“EL PRINCIPIO DE PUBLICIDAD A LA LUZ DE LAS REFORMAS A LA
CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y SU POSIBLE INCORPORACIÓN A LOS
PRINCIPIOS DEL ESTADO DE DERECHO”**

HERBERT HÖVELMEYER LLANOS

LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

RESUMEN

La presente memoria tiene por objeto determinar si el Principio de Publicidad de los actos y resoluciones de los órganos del Estado, establecido en el artículo 8º inciso 2º de la Constitución Política de la República, es un componente de los principios del Estado de Derecho consagrados en los artículos 6º, 7º y posiblemente extendiéndose al artículo 8º, en virtud de la reforma constitucional introducida por la Ley N° 20.050. El método aplicado es el análisis deductivo, para lo cual se efectuó un estudio general de las normativas aplicables y de la doctrina referida a la materia, tanto Chilena como Española. Como resultado de la investigación podemos concluir que el Principio de Publicidad es un elemento integrante del Estado de Derecho, cuya aplicación se hace extensiva a todos los órganos del Estado.