

LA COMUNICACIÓN JURÍDICA EN LA SOCIEDAD RED

AUTORA: Profesora Patricia Reyes Olmedo¹

ABSTRACT

En el sistema continental de derecho, las competencias referidas a la lectura y la escritura aparecen asociadas al ámbito jurídico como elementos fundamentales. Lo anterior en virtud del paradigma “verbocentrista” que domina esta área profesional, que implica que sus actores y usuarios asocian regularmente el contenido de un documento jurídico con el lenguaje escrito o hablado.

La irrupción de la Sociedad Red sin embargo está impactando la comunicación jurídica, y tiene como consecuencia un importante giro hacia lo visual. Ya no es posible restringir o limitar la transmisión del Derecho al discurso verbal o escrito, pues con ello se margina una de las más importante formas de manifestación de la comunicación legal digital en la actualidad, las visualizaciones legales.

El artículo analiza la comunicación jurídica, su importancia y desarrollo, para analizar luego las visualizaciones legales, con amplio estudio en el mundo anglófono como “*visual law*”, a través del estudio de su concepto, principales expresiones, su impacto sobre el texto legal, así como su relevancia para las distintas comunidades de usuarios de las normas jurídicas: operadores jurídicos y ciudadanos en general. Concluye en la necesidad de incluir este tema en la formación de los juristas, pues es claro que la comunicación legal incluirá crecientemente estas formas.

¹Docente de la Facultad de Derecho de la Universidad de Valparaíso, abogada Universidad de Chile, MBA Universidad de Valparaíso, Doctora en Derecho de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Vicepresidenta del Instituto Chileno de Derecho y Tecnologías.
Correo electrónico: patricia.reyes@uv.cl

INTRODUCCIÓN

Es un hecho que en nuestra Sociedad Red (Reyes, 2011) vivimos en una cultura cada vez más visual. En ella estamos expuestos permanentemente a una creciente cantidad de fotos, imágenes, iconos, figuras, tablas, diagramas, mapas, planos y gráficos, en la mayoría de los casos incluso coloridos y animados.

Por su parte, tratándose de la información jurídica, ésta aparece cada vez con mayor frecuencia en las redes abiertas y presenta nuevas complejidades cuando se trata de leerla y entenderla, pues según Saarenpää (2015) estos textos aún se construyen de forma lineal y con un lenguaje dedicado a lectores expertos.

En este contexto, ya Katsh (1995) en su estudio del derecho en el mundo digital observó cómo las nuevas herramientas tecnológicas estaban cambiando no sólo la comunicación, sino también la creación jurídica. El mismo autor adelantó ya en el siglo pasado que en la nueva cultura jurídica digital era necesario poner atención a lo visual e incorporarlo a la formación profesional, tal como la cultura impresa reconoció en su tiempo que la lectura y escritura eran habilidades requeridas y por tanto necesarias de desarrollar en los planes de estudio de la carrera de derecho.

Debemos decir, sin embargo, que el paradigma dominante verbocentrista permanece hasta nuestros días entre los juristas. No obstante, también es posible encontrar autores como Feigenson y Spiesel (2011), que en vista de la aparición de los medios digitales visuales han comenzado a cuestionar este paradigma. Ellos sugieren que un gran "giro visual" o "pictórico" está ocurriendo en el contexto legal, giro que está cambiando las prácticas de comunicación jurídica digital especialmente de las nuevas generaciones.

A partir de lo anterior, a continuación se analiza el fenómeno de la comunicación jurídica y posteriormente la visualización jurídica, principal tendencia en la materia, a través de las experiencias prácticas actualmente en desarrollo y consolidación.

COMUNICACIÓN JURÍDICA

La comunicación es el enlace de muchas de las actividades humanas, y en la práctica es lo que pone en contacto a los objetos con las personas y a las personas entre sí, hablando científicamente, la interrelación se debe valorar en términos de un sistema.

En este sentido, podemos afirmar que el derecho constituye un subsistema especializado compuesto por fenómenos básicos comunicativos, pues su sentido es el de favorecer la comunicación y coordinación de acciones entre los individuos y grupos humanos. La convivencia y la coexistencia social, objetivos a alcanzar por el derecho, son fenómenos comunicativos.

De este modo, el derecho se sirve de la comunicación y él mismo es comunicación.

Concretamente, refiriéndonos a la norma jurídica, a su naturaleza regulativa que produce una obligación de comportamiento ciudadano, una obligación al encargado de hacerla cumplir, así como a la previsión que exige una pretensión de validez para los casos comprendidos en su contenido, la norma en sí misma, configura una serie de mensajes comunicativos.

Atendido lo anterior a continuación nos referiremos a la comunicación jurídica, tanto a su concepto y elementos configurativos.

1. Concepto

Para Oliver Lalana (2000), la comunicación jurídica puede definirse como una situación objetiva de conocimiento de las normas jurídicas y de participación en su creación, aplicación y valoración, modalizada deónticamente y promovida mediante actividades concretas de los órganos creadores y aplicadores del Derecho.

Para el autor, caracterizan esta comunicación los siguientes elementos:

- a) Respeto la taxonomía semántica que refiere a la comunicación como actividad.
- b) Los requisitos son establecidos en términos de posibilidad, y no de realización efectiva. No se trata de obligar al ciudadano a participar o a informarse, sino de obligar al creador de Derecho a ofrecer una posibilidad de participación e información racionales.
- c) La situación objetiva de comunicación es sociológicamente mensurable a partir de las situaciones individuales de conocimiento de los textos jurídicos, elemento constitutivo de la cultura jurídica. Es decir, gracias a la investigación socio-jurídica es posible detectar, eliminar o gestionar las barreras comunicativas que existen en los procesos de información de los textos jurídicos.
- d) Permite asegurar la transformación de la publicidad de resultado en una publicidad de la justificación y de los argumentos, que aparece como condición necesaria para la participación, es decir, para la comunicación jurídica.
- e) La titularidad subjetiva la tiene el propio órgano creador y/o aplicador, quien es el encargado de realizar las actividades comunicativas.
- f) La referencia a las actividades concretas de los operadores jurídicos.

Lo importante, parece ser entonces optimizar las condiciones de comunicación que circundan las actividades concretas de los juristas en su relación con los ciudadanos, en definitiva lo que denominamos hoy "puntos de acceso".

Como vemos es una idea de comunicación exclusivamente anclada en los operadores jurídicos sin referencia y análisis del papel que juegan otros actores, como por ejemplo los medios de comunicación, los fenómenos de pluralismo jurídico y actualmente las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC).

Para Krawietz (1998), el concepto de comunicación que se usa normalmente en la teoría general de las instituciones y sistemas sociales puede proveer una guía para la teoría jurídica. De acuerdo con este concepto, la comunicación jurídica consiste para este autor, en un proceso de tres etapas o partes que unifican la información, la emisión y la comprensión, en una única entidad o unidad emergente. Ninguno de los componentes de este proceso o sus productos existen por sí mismos. Sólo cuando su selectividad se vuelve coherente tiene lugar la comunicación jurídica.

Por nuestra parte, creemos que es preciso definir los elementos y componentes que integran una comunicación normativa y las demandas institucionales y sistémicas que han de ser satisfechas para que una comunicación correcta y una transmisión satisfactoria de la información llegue a sus respectivos destinatarios.

Así entendido la comunicación jurídica, por tanto, será satisfactoria cuando el destinatario y receptor, desde su perspectiva, puede y le está permitido considerar la emisión de la información como comprendida y, por tanto, puede decidir si conformarse con las correspondientes normas o desviarse de ellas.

2. Elementos de la Comunicación Jurídica

Según establece la teoría general de la comunicación, el proceso comunicacional presupone tres elementos intrínsecos, a saber: Sujetos: emisor y receptor; Objeto: el mensaje; Medio: el instrumento comunicador. A ellos nos referimos a continuación:

2.1 Sujetos

Sociedad, individuo y comunicación son vocablos que se relacionan mutuamente, toda vez que es la comunicación la que crea sociedad y halla en ella su cohesión y la seguridad de su estabilidad. Por otro lado, ser persona es ser capaz de comunicarse.

Tratándose de la norma jurídica, ésta presupone una pluralidad de sujetos que entran en relación y actúan regulando las relaciones que éstos generan. Los conceptos de bilateralidad y de reciprocidad refuerzan la idea de que de las relaciones jurídicas surgen derechos y obligaciones correlativos, y que por tanto la dualidad de sujetos, emisor y receptor, resulta sino más relevante.

En este orden de ideas se entiende que, respecto de las normas, los dos polos son activos, el sujeto técnico que otorga y/o gestiona la información y el sujeto que la recibe, al tiempo que es fuente de las mismas al recrear la norma emitida.

La norma se dirige al conjunto de los ciudadanos sometidos a su imperio, a los cuales manda, prohíbe o permite hacer algo, con las obligaciones y limitaciones pertinentes; y a los órganos del Estado, a los funcionarios y autoridades llamados a aplicar el contenido jurídico y a velar por su observancia. Existe por tanto, "universalidad" respecto al receptor, lo que constituye también garantía de objetividad y abstracción del mensaje.

2.2 El Mensaje

El objeto de la comunicación jurídica lo constituyen contenidos enviados por el emisor al receptor y que éste puede aceptar, modificar, rechazar o ignorar. El mensaje es general y abstracto, por lo que una parte importante de la práctica jurídica consiste en comprender los textos legales y en aplicarlos a situaciones concretas, por lo tanto se sostiene que el derecho no consiste sólo en lo que queda dicho, sino también en lo que se le presupone o está implícito en él, es decir en lo “no dicho”. El enunciado se esclarece recurriendo a lo que no está explícitamente formulado, pero que de algún modo está exigido por la comprensión.

Tratándose de la norma jurídica, lo que emite es un mensaje estabilizador de la vida social, que pretende una cierta estandarización de la conducta social, entretejiendo una transacción entre valores colectivos e individuales.

En la medida que la sociedad pluraliza las acciones individuales, las enriquece y las coordina, los hechos normativizados se realizan. Como el sujeto receptor tiene unas capacidades limitadas para procesar información, sólo si se logra el conocimiento de la realidad hay comunicación.

2.3 Medio o canal de comunicación

El medio tiene una función mediadora de interacción al servir de canal transmisor, al menos potencialmente.

El tratamiento diferenciado de la información jurídica trae consigo la correspondiente especialización de medios comunicativos, distintas de alguno de los otros cauces informativos en la sociedad.

A partir de esa especialización la información pública llega a organizarse institucionalmente, legitimándose un procedimiento sistemático de adquirir, procesar y distribuir los datos jurídicos. Existe así un sistema de comunicación identificable porque gozará de unas características distintivas, más o menos formalizadas según la complejidad que alcance el uso de la información en la colectividad.

Por todo esto, las modificaciones en los medios y técnicas comunicativas no resultan simples, pues tradicionalmente ellos han estado al servicio del conocimiento experto y no del ciudadano común.

Los medios o instrumentos de comunicación que analizamos a continuación se orientan a la adaptación al mundo del derecho, de los avances tecnológicos que están impactando nuestro entorno comunicacional.

2.4 VISUALIZACIONES LEGALES

Como indicáramos anteriormente, durante décadas, las palabras fueron y han sido la forma de comunicación del derecho. Sin embargo, hoy en día, están surgiendo otros medios que parecen venir a desafiar este paradigma.

Si entendemos que el reto de la comunicación jurídica es la comprensión de sus contenidos por los destinatarios, entonces habrá que preguntarse por qué no utilizar también la comunicación visual que hoy captura tantos adeptos en el mundo entero.

Hay una creciente literatura sobre el estilo y tipografía de documentos jurídicos, sin embargo, el uso de elementos visuales y no textuales hasta ahora es muy poco extendido.

Las imágenes aún no parecen ser suficientemente “adecuadas” o “confiables” para los usuarios de los servicios jurídicos.

No obstante lo anterior, existe cierta literatura y experiencias prácticas en los países anglófonos, los que se refieren a estos desarrollos como “*Visual Law*”.

El diseño y las visualizaciones legales constituyen algunos de los avances para el cambio del paradigma de la comunicación jurídica verbocentrista.

A continuación se revisa sus características, usos y desarrollos prácticos.

Características y usos

Las visualizaciones legales se caracterizan por el uso de imágenes, iconos, tablas, mapas y gráficos para representar los contenidos y textos jurídicos. Estas representaciones buscan maximizar su claridad y comprensibilidad. Para estos efectos se centran en las necesidades de los usuarios y el contexto en el que tienen que recuperar y aplicar la información, y de este modo ayuda a la navegación del texto, su comprensión y el reforzamiento del mensaje.

Dentro de las posibilidades que encontramos hoy en día y sólo por mencionar algunas, la visualización se utiliza entre otros usos para: representación de conceptos jurídicos; representaciones formales de los textos legales; representaciones de contratos, derechos y obligaciones por ejemplo; guías de trámites, que sirven de base para la toma automática de decisiones legales en que personajes guían al público en el uso de los servicios de gobierno con el fin de mejorar la experiencia de uso de esos servicios; e ilustraciones gráficas del contenido de la ley como un medio para la comprensión multicultural en diferentes idiomas. El diseño de información comprende además de la visualización, otras cuestiones relevantes a tener en cuenta además del texto legal, tales como el idioma, tipografía, colores, orden, espacio, etc.

Experiencias y desarrollos

En la práctica, un ejemplo convincente de visualización de contenidos jurídicos es "*Vendor Power!*", un programa del Centro de Pedagogía Urbana (CUP) de Nueva York, disponible en la página web del CUP que consiste en una guía visual que presenta información de los derechos y obligaciones claves de los vendedores ambulantes, con frases cortas en los cinco idiomas más utilizados por estos vendedores, junto con diagramas que ilustran los derechos de los vendedores y las normas que son más comúnmente infringidas.

También destaca la experiencia del gobierno de Canadá, que en 2000, reconociendo la necesidad de generar nuevas formas de mejorar el acceso del público a la ley, encargó un estudio denominado "Libro Blanco" que propuso un nuevo formato para la legislación: "New Format For Canadian Legislation". El autor, el diseñador de comunicación David Berman, introdujo métodos de diseño gráfico y la idea de usar diagramas para ayudar a describir las leyes.

Es preciso decir que no sólo los diseñadores han aplicado su talento a la información jurídica, algunos abogados como Susanne Hoogwater de *Legal Visuals*, Olivia Zarcate de *Imagidroit* y Margaret Hagan con *Open Law Lab* también han incursionado con éxito en esta idea, convirtiéndose ellas mismas en diseñadoras. Algunos de sus resultados se pueden encontrar en las respectivas páginas web.

En el mundo digital, desde sus inicios las licencias *Creative Commons* referidas a la propiedad intelectual, utilizan iconos simples y reconocibles que se puede hacer clic en para mostrar una versión en lenguaje llano del texto pertinente. Si se requiere información adicional, el texto completo también está disponible y sólo un clic de distancia, para distintos niveles de usuario.

En los Estados Unidos, *The State Decoded* (códigos estatales para seres humanos) es una plataforma que pretendió desarrollar nuevas formas de mostrar los Códigos de los Estados, las decisiones judiciales, e información de seguimiento legislativo. Con tipografía, definiciones de términos legales y otros medios, este proyecto tiene como objetivo hacer que la ley sea más fácil de entender.

Los mayores avances quizá se encuentran en Europa Central donde la visualización de información legal se ha convertido en un campo de investigación. La pionera, Colette Brunschwig, de la Universidad de Zurich, defendió su tesis doctoral sobre este tema en 2001, y ha publicado ampliamente sobre estos temas. Sus publicaciones sobre la materia pueden ser revisadas en su propia página web.

CONCLUSIONES

En la Sociedad Red, el desafío es comunicar los mensajes jurídicos digitales de forma eficaz, logrando la comprensión y conexión verdadera de los ciudadanos con su contenido, mediante el uso de recursos que faciliten vínculos de empatía e interés por él.

Dado el avance en materia de comunicación visual en nuestra sociedad, se puede sostener que la ley no debe ser sólo verbal, y en este sentido nuestra cultura jurídica debe abandonar el paradigma verbocentrista para avanzar hacia lo visual.

Con este objetivo, se entiende que los juristas digitales deben ser capaces de comunicar y disponibilizar la información jurídica en formatos visuales acordes con las demandas contemporáneas.

Para este efecto, concluimos sobre la necesidad de desarrollar competencias acordes con esta demanda, como por ejemplo en técnicas de comunicación, diseño y redacción que potencialicen las capacidades comunicativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERMAN, David. *Toward a New Format a Canada Legislation, using graphic design principles and methods to improve public access to the law*. 2000. 41 p. [Consulta: julio 2015]

En línea:

<http://www.davidberman.com/NewFormatForCanadianLegislation.pdf>

BRUNSCHWIG, Colette. Legal Visualization Unit, Institute of Law, University of Zurich. [Consulta: julio 2015]. En línea:

http://www.rwi.uzh.ch/oe/zrf/abtrv/brunschwig/publications_en.html

BRUNSCHWIG, Colette R.; MAHLER, Tobías y HAAPIO, Helena. The e-Stockholm '12 Legal Conference, 21 al 23 de noviembre de 2012. [Consulta: diciembre 2015]. En línea:

<http://www.juridicum.su.se/iri/e12/>

CENTER FOR URBAN PEDAGOGY (CUP). Program Making Policy Public. [Consulta: julio 2015] En línea:

<http://www.makingpolicypublic.net/index.php?page=vendor-power>

CREATIVE COMMONS (CC). [Consulta: julio 2015]. En línea:

<http://creativecommons.org/>

FEIGENSON & SPIESEL, Law on Display, 13–17, and N. Y.L. Sch. Rev., Visualizing Law in the Digital Age, October 19 & 21, 2011. [Consulta: enero 2016]. En línea:

<http://www.nylslawreview.com/201213-volume-57-number-1/>

IMAGIDROIT, LAW + VISUALTHINKING. [Consulta: julio 2015]. En línea:

<http://oz-imagidroit.tumblr.com/>

KATSH, M. Ethan. *Law in a Digital World* (1a. ed.). Oxford University Press, Inc., New York, NY, USA. 1995

KRAWIETZ, Werner. *Sistemas jurídicos modernos en transición sobre la comunicación jurídica en las teorías contemporáneas de las normas y de la acción*. En: DOXA Cuadernos de Filosofía del Derecho. N° 21. Vol. 1. 1998. p. 128 a 130.

LEGAL VISUALS. [Consulta: julio 2015] En línea:

<http://www.legalvisuals.nl/>

OLIVER LALANA, Daniel. *Legitimidad, publicidad y espacio público: bases para un modelo abierto de comunicación jurídica*. En: Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad La República de Uruguay (2° época). [S.l.]. N° 17. 2000. p. 121 a 150. [Consulta: enero 2015]. En línea:

<http://www.revistafacultadderecho.edu.uy/ojs-2.4.2/index.php/rfd/article/view/290>

OPEN LAW LAB. [Consulta: julio 2015]. En línea:

<http://www.openlawlab.com/>

REYES, Patricia. *La Sociedad Red y el Gobierno de la Información*. En: Reyes, Patricia (Coord.). Ciudadanas 2020. El gobierno de la Información. Santiago de Chile: LOM. 2011. p. 193 a 205.

SAARENPÄÄ, Ahti. *The Digital Lawyer. What skills are required of the lawyer in the Network Society?*. Finlandia. 2015. (Texto proporcionado por el autor)

STATE DECODED, LEGAL CODES, FOR HUMANS. [Consulta: julio 2015]. En línea:

<http://www.statedecoded.com/about/>