

# **El lenguaje periodístico como clave para la comunicación de resoluciones judiciales**

**Por: Lic. Marco Fernández Leyes**

*(Trabajo final presentado en la edición 2017 de la Diplomatura en Comunicación Judicial dictada por el Centro “Ricardo Núñez” del Poder Judicial de Córdoba)*

## **Introducción**

La presencia creciente de cuestiones judiciales en el vínculo cotidiano de los ciudadanos en general, con un lenguaje de claustro, ocasiona numerosos malos entendidos respecto al sentido y fundamentación de las resoluciones emanadas del Poder Judicial, el funcionamiento de sus organismos jurisdiccionales y no jurisdiccionales, y las soluciones propiciadas.

Esto se debe a que el esquema comunicacional judicial tradicional responde a parámetros de ostracismo que marcan un límite preciso entre quienes poseen el conocimiento necesario para descifrarlo de quienes no. En este sentido se inscribe lo postulado por Kevin Lehmann (S.F.) respecto a que la tarea de construir justicia como resultado implica que:

“Funcionarios y Magistrados (de todos los niveles) deben ocuparse de los contenidos de la decisiones; los responsables de la comunicación de inscribir esos contenidos en el paradigma (ajuste de expectativas y traducción de lo extraño en próximo, etc.) y discutir el paradigma; y los Superiores Tribunales en tanto cabezas del Poder, de influir sobre la convención (la legislación) y el contexto (presupuesto, composición interna, etc.) en el que toma sus decisiones los integrantes el Poder Judicial”. (p.2)

Tal superestructura dejó de ser útil en la actualidad. Porque la sociedad reclama pleno acceso a la información en un lenguaje accesible, llano y aprehensible, carente de arcaísmos y convencionalidades propias de otros tiempos.

Lehmann también sostiene (op. cit.) que la tarea comunicacional debe exceder a la “comunicación de oferta” y responder a la demanda que recibe el área. Es necesario que se ocupe del paradigma social, las expectativas y la imagen que la sociedad tiene del Poder Judicial, respondiendo a tres cuestiones: qué es, cómo está compuesto y qué hace.

En el entendimiento de que es responsabilidad de la Justicia dar el primer paso en el ofrecimiento de un modelo comunicativo más sencillo y coloquial (que al mismo tiempo eduque a los ciudadanos) es que el presente trabajo propone una serie de pautas para operadores judiciales y los encargados de las áreas de prensa de los poderes judiciales. Ellas apuntarán a la reformulación progresiva de los textos judiciales y los productos periodísticos elaborados por las áreas pertinentes (sean escritos o audiovisuales).

## **Desarrollo**

La propuesta alcanza, por un lado, a magistrados y funcionarios y, por el otro, a los integrantes de las áreas de comunicación del Poder Judicial. Los primeros, por ser los generadores de la información y fuente primaria (en términos periodísticos); los segundos, dado

que tienen a su cargo la decodificación y vulgarización de las resoluciones y la actividad judicial en su conjunto.

Conviene señalar que aquí no se pretende avanzar sobre si a la magistratura le conviene más asumir un rol prudente, estratega o protagonista, tal la tipología realizada por Carlos Altamirano (2012). Las sugerencias tienen como fin que los textos elaborados (escritos, orales, multimediales, etcétera) sean efectivos, en el sentido de que lleguen al público destinatario como verdad, siguiendo la idea de que: “El desafío de comunicar es lograr que la verdad llegue como verdad... es verdad lo que aparece como verdadero: eso opera como verdad y tiene efectos de verdad” (Lehmann, 2006).

A lo magistrados y funcionarios les caben tres responsabilidades centrales: simplificar el lenguaje, difundir todas sus resoluciones (salvo las excepciones previstas por la ley) y garantizar que sean accesibles.

La simplificación o vulgarización del lenguaje tiene como finalidad facilitar la lectura y comprensión de las resoluciones para quienes poseen escasa o nulo conocimiento del derecho. Deben dejarse de lado los arcaísmos, expresiones y conceptos en latín u otras lenguas, salvo que estén debidamente definidas (por ejemplo, si se emplea el principio de *in dubio pro reo*, necesariamente tendrá que aclararse que se trata de aquel por el cual, en caso de duda, se favorecerá al imputado o acusado). Incluso aquellos conceptos o principios escritos en español

deben contar con una somera pero suficiente descripción de su significado. Esto no solo ayudará a la comprensión integral del escrito, sino que avanzará sobre la educación, aspecto fundamental de la tarea comunicacional.

Además resulta conveniente dotar a los textos de una estructura que favorezca su entendimiento integral. Para ello cada sección deberá destacarse y diferenciarse de las otras. Sirve para ello el modelo adoptado por las salas del Superior Tribunal de Justicia del Chaco, cuyas sentencias siguen, casi siempre, la siguiente estructura: carátula, relato de la causa, recaudos de admisibilidad, el caso, los agravios extraordinarios, la solución propiciada y dictado de la sentencia.

Por otra parte, la obligación de difundir las resoluciones (salvedad hecha para los casos previstos por los códigos de rigor) y que estén disponibles para consulta no resulta suficiente a la luz de los resultados obtenidos. Puesto que es muy distinto la “disponibilidad” de la “accesibilidad” a ellas. De nada sirve que estén digitalizadas y alojadas en el sitio web oficial del poder judicial, si su acceso es engorroso, están todas o varias juntas en un mismo archivo o como texto en pantalla, sin prácticamente distinción entre una y otra.

Distintas organizaciones como el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) o el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) sostienen que

no es suficiente que la información esté disponible en línea, sino que la misma debe ser efectivamente accesible para su consulta de modo sencillo y preciso.

Los encargados de prensa tienen un rol fundamental en este proceso, porque el lenguaje periodístico es el más apropiado para transmitir el mensaje judicial y comunicar efectivamente. Para ello resulta necesario que la visión de las áreas destinadas a esta tarea exceda el mero “papel”, el texto escrito, para posicionarse definitivamente en el lenguaje multimedial y en plataformas digitales. Siguiendo el mismo camino propuesto para magistrados y funcionarios, tampoco basta con poseer un apartado web destinado a la comunicación institucional si solamente se repiten las estructuras de la prensa gráfica. La tarea requiere un cambio de paradigma para combinar la mayor expectativa y demanda informativa de la sociedad, con las posibilidades de satisfacerla por parte del poder judicial.

Tal como se sostuvo en la introducción, los mensajes no pueden limitarse a las resoluciones judiciales. Tienen que incluir a toda la actividad de la justicia, respondiendo las siete preguntas fundamentales sobre las que trabaja el periodismo: qué, quién o quiénes, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué.

Los productos comunicacionales deben ser pensados para que los comprenda cualquier persona con formación educativa de nivel secundario. Esta tarea requiere del trabajo conjunto de las áreas de prensa con los organismos jurisdiccionales y no jurisdiccionales.

También es necesario tener presente que la utilización de nuevas herramientas para la producción de mensajes hipertextuales o multimedia no garantizan, por sí mismas, su efectividad. Para que esto ocurra, el contenido debe ser interesante, su presentación atractiva y su extensión la adecuada para que un ciudadano común lo observe o lea completo. En este punto conviene recordar que muy pocas personas prestarán atención a algo que dure más tiempo que un videoclip musical promedio (entre 3:30 y 4 minutos).

Además de trabajar junto a los encargados de producir las resoluciones judiciales, las áreas de prensa tendrán que transformarse internamente en multidisciplinarias. Sus integrantes deberán ser expertos en el manejo del lenguaje periodístico y nuevas narrativas, pero también deberán contar (o formarse en) con otros encargados de la producción gráfica y audiovisual (por ejemplo, realización de videos, infografías, audios, producciones *transmedia* y narraciones de historia o *storytelling*, entre otros). No se requiere un equipo numeroso, sino uno formado, capacitado y actualizado en éstas áreas.

Estas acciones son factibles de incorporarse en la dinámica diaria de cada dependencia dedicada a la prensa y comunicación. Primero porque en casi todos los poderes judiciales es obligatoria la capacitación permanente de sus operadores, con lo cual pueden generarse espacios dedicados exclusivamente a su formación en nuevos estilos, narrativas y herramientas; así como los hay otros destinados a diversas ramas del derecho. Segundo, puesto que es posible conseguir

en forma gratuita o a muy bajo precio las herramientas necesarias para la elaboración de los contenidos descriptos.

## **Conclusión**

Los poderes judiciales deben adaptar sus mecanismos de construcción y difusión de las resoluciones que generan. Tiene que propender a emplear modelos y estructuras que permitan una mayor comprensión de los textos, evitando arcaísmos y garantizando la accesibilidad de la sociedad a sus decisiones.

Las áreas de prensa deben incorporar plenamente el lenguaje periodístico (sin prescindir por completo de los tecnicismos), las nuevas narrativas y las herramientas que permitan comunicar eficazmente, con la premisa de que la verdad es lo que aparece como verdadero: qué es, cómo está compuesto y qué hace el poder judicial.

## **Bibliografía**

Altamirano, C. (2012). Juez prudente, juez estratega, juez protagonista. Córdoba. Abeledo Perrot. Fascículo 5, 484-489.

Lehmann, K. (S.F.). La justicia como resultado. Buenos Aires.

Lehmann, K. (junio de 2006). La Justicia en el espacio público. Buenos Aires