

El lenguaje claro en el ámbito jurídico

por MÓNICA J. GRAIEWSKI

Mayo de 2019

Erreius, Temas de Derecho Procesal, Cita digital:IUSDC286566A

Id SAIJ: DACF190117

I. INTRODUCCIÓN.

Para los abogados, el uso de lenguaje claro es estratégico. A las personas que requieren nuestros servicios ya no les resulta suficiente que les expliquemos superficialmente la estrategia que seguiremos o qué significa lo que dice la demanda que van a firmar. Ahora quieren entender de qué se trata. En este mundo hipercompetitivo el uso de lenguaje jurídico claro es una propuesta de valor diferenciados.

Lo mismo sucede con las sentencias judiciales. Ya no es suficiente la legitimación de autoridad que daba el cargo de juez: demandante y demandado necesitan entender las motivaciones que llevaron a la decisión sin necesidad de la traducción de su abogado.

También necesitan entender las sentencias quienes no fueron partes del juicio. En procesos judiciales que tienen trascendencia, ante la imposibilidad de entender las palabras del juez la opinión pública se forma a través de intermediaciones que pueden ser incompletas o tendenciosas. La sentencia resumida por periodistas, bloggers o quienes la comentan en internet no necesariamente coincide con lo que quiere decir.

La razón por la que solo los entendidos podemos comprender lo que dice una sentencia con solo leerla es que, entre otras particularidades, los abogados tenemos la de redactar de manera complicada. Esta habilidad nos lleva a expresarnos con oraciones gramaticalmente complejas y palabras técnicas que convierten lo que queremos decir en piezas que son comprendidas -y no siempre- solamente por otros abogados.

Es un sello distintivo que viene de antaño y se mantiene. Sin embargo, hoy el uso de un lenguaje jurídico claro "ha pasado de constituir una tendencia para convertirse en una necesidad".(1) Es normal que quienes nos movemos en el mismo ámbito manejemos una jerga común. Los miembros de todas las profesiones y oficios manejamos lenguajes técnicos que dan precisión a lo que decimos y sirven para nombrar elementos específicos de la especialidad. Pero la mayor dificultad que deben atravesar las personas no versadas en derecho para entender productos como demandas, sentencias o leyes no es el uso de términos técnicos, sino la manera complicada en que las redactamos (2).

Escribimos largos párrafos plagados de formalidades, arcaísmos e información irrelevante que dificultan la comprensión. Esto hace que se requiera la traducción de un abogado para saber cuáles son los derechos que están en juego y en qué consiste la decisión del juez.

Trasladamos esta forma de expresarnos también a otros productos que no son propios de un juicio pero también están dirigidos a personas que no son abogados: para abrir una cuenta bancaria, tomar un seguro o suscribir un plan de ahorro, el cliente tiene que firmar en cuestión de segundos largos contratos que no están redactados de manera amigable. Lo mismo sucede con los consentimientos informados que hay que prestar antes de someterse a una intervención quirúrgica, con el formulario de inscripción de los hijos en la escuela, y tantos otros documentos escritos en lenguaje jurídico que atraviesan cotidianamente la vida de la gente.

Todos estos elementos están redactados por abogados, usando un lenguaje que está más preparado para dejar

a salvo la responsabilidad de su cliente que para comunicar un mensaje. Con la particularidad de que el cliente tampoco lo entiende sin recurrir a su abogado.

II. EL DISCURSO JURÍDICO Y LOS AVANCES TECNOLÓGICOS.

Apenas iniciado el Siglo XX, De Saussure sugirió que la evolución de las sociedades traía consigo el desarrollo de "lenguas especiales", entre las cuales se hallaría el lenguaje jurídico (Saussure: 1916: 48)(3). Sin embargo, el discurso jurídico no parece haber evolucionado al ritmo de la sociedad.

Los avances científicos y culturales tienen impacto directo en la manera de ver el mundo y descubren cosas nuevas que necesitan ser nombradas. Es buen abogado quien se mantiene al tanto de los avances tecnológicos y los emplea en el ejercicio de la profesión.

Por eso es paradójal que redactemos demandas referidas a temas novedosos como gestación por sustitución, nanotecnología, negocios financieros complejos, identidad digital, etc. de la misma manera en que lo hacían los abogados que se trasladaban en carretas. La manera de argumentar en juicios y de redactar contratos no evolucionó a la velocidad de los temas que se tratan.

Repetimos fórmulas que aprendimos de quienes a su vez las aprendieron de otros, y palabras que alguna vez tuvieron un significado que ya no está vigente. La manera en que nos expresamos en escritos judiciales, leyes y sentencias deriva de la tradición, y da como resultado un discurso antiguo y complicado, sobrecargado de oraciones larguísimas y párrafos interminables.

III. LA MANERA DE REDACTAR DE LOS ABOGADOS.

No estamos entrenados para escribir en forma accesible para todos. Escribimos imitando el estilo de las piezas de doctrina o escritos judiciales que nos gustan, porque consideramos que eso hace a nuestra identidad como abogados y no queremos desentonar.

A pesar de que invertimos mucho tiempo en estudiar temas específicos de derecho, y tratamos de estar al tanto de las novedades doctrinarias y jurisprudenciales, volcamos esa información en escritos copiados de modelos antiguos. No nos aplicamos a nuestra manera de escribir, porque consideramos que el contenido importa más que el estilo; por eso, admiramos a quienes saben derecho, aunque lo escriban muy mal.

IV. EL EJERCICIO DE LA ABOGACÍA EN TIEMPOS DE INTERNET. Hasta no hace mucho, la oscuridad del lenguaje causaba respeto entre los destinatarios. Los legos pensaban que lo que escribían abogados y jueces estaba fuera de su entendimiento, porque la profesión los ponía en un nivel cultural superior. La jerga y la forma de escribir infundían respeto y cierto temor.

Es hora de darnos cuenta que las personas no acostumbradas a nuestra manera de escribir hoy valoran otras cosas. Los clientes valoran a sus abogados por la manera en que se involucran en sus asuntos, no por la manera difícil en que se expresan.

Cuando un cliente consulta a su abogado cuándo podrán desalojar del inmueble a los inquilinos que no le pagan el alquiler, el abogado no le contesta "cuando se haya trabado la litis". Sin embargo, eso pone en el escrito que luego le hace firmar.

Los usuarios de servicios jurídicos son también usuarios de múltiples servicios tecnológicos ágiles, cada vez mejor diseñados. También consumen avisos publicitarios, que son cada vez más claros porque nadie compraría un producto que no sabe para qué sirve, ni las ventajas que tiene respecto de otros, cómo funciona o para qué

lo necesita.

Si queremos seguir estando en el mundo real, los abogados tendremos que identificar lo que los consumidores están demandando.

Quiero insistir en que no es la terminología propia de la profesión lo que hace ininteligibles nuestros documentos, porque en general el lector puede desentrañar el sentido de un término asociándolo con el contexto en que está usado. Pero los abogados, además de usar jerga jurídica, abusamos de los gerundios, de referencias innecesarias y de oraciones dentro de otras, en una seguidilla que no termina nunca y obliga al lector a releer varias veces para poder entender lo que quisimos decir.

Si lo que escribimos requiere más de una lectura para poder desentrañar su sentido, quiere decir que no lo hemos hecho muy bien.

En tiempos en que las redes sociales exigen una comunicación concisa y clara que se pueda expresar en pocos caracteres, y las imágenes reemplazan a las palabras, los abogados no deberíamos seguir actuando como si la mayor cantidad de palabras ayudara a comprender lo que decimos, o asegurara un mejor resultado (4).

Mayor cantidad de palabras no es directamente proporcional a mayor claridad expositiva.

La evolución de la ciencia y la tecnología a la que me referí, y especialmente los cambios en las costumbres sociales llevaron a la filosofía que impregna el nuevo código, que consagra la fundamental importancia de la voluntad de los involucrados (la "autonomía de la voluntad"). Se da especial importancia al consentimiento, contra la anterior concepción de la imposición de la voluntad de la ley o del juez sobre cuestiones atinentes a las personas.

¿Cómo pueden los ciudadanos tomar una decisión autónoma si no llegan a comprender lo que les están proponiendo firmar (formularios, contratos, demandas judiciales)?, ¿cómo pueden entender los motivos que tuvo el juez para condenarlos, si la sentencia está redactada de la siguiente manera?:

"Puede señalarse que Saladino realizó aportes de significancia al resultado desaprobado por el derecho, pues tenía el deber de examinación y neutralización de la amenaza, en la medida del caso, dejando a salvo que el virus que afectó el sistema nervioso de la víctima, no detectado en tiempo, es el que finalmente causó el resultado típico"(5).

En el mundo jurídico, la resistencia a simplificar el discurso se basa en la creencia -equivocada, según mi opinión- de que cuanto más rebuscado es el mensaje más erudito parece, o que la sencillez está reñida con el rigor y la calidad jurídica.

En los hechos, escribir simple y claro requiere una mayor riqueza lingüística que poner en el papel todo lo que nos viene a la cabeza. La síntesis nos obliga a elegir qué parte vamos a decir de todo lo que sabemos y cómo decirlo de manera que quede claro qué es lo que pretendemos con ello.

V. EL LENGUAJE EN LOS ESCRITOS JUDICIALES.

Ejemplo 1.

El 12/12/2019 adquirí un televisor Samsung X3d en Electrodomésticos Corrientes SRL. Tres días más tarde intenté devolverlo y que el comercio vendedor me restituyera el precio, porque la imagen de la pantalla no era nítida. Sin embargo, la persona que me atendió rechazó mi solicitud con el argumento de que el plazo para

hacerlo ya estaba vencido. Acompañó la factura de compra y el acta notarial de donde surge la negativa del vendedor a rescindir el contrato.

Este podría ser el texto de una demanda. Pero lo que habitualmente leemos es este otro: Ejemplo 2:

El 12/2/2019 adquirí un televisor Samsung X3d en Electrodomésticos Corrientes SRL. El televisor por mí adquirido no funcionaba correctamente. Habiendo constatado que el vicio que aquejaba a la cosa (art. 1051, CCyCo.) consistía en que la imagen no tenía la nitidez adecuada, tres días después de la compra, es decir el día 15/2/2019, me apersoné personalmente, en compañía del escribano Narciso Peralta - matrícula 33333- en dependencias del comercio vendedor, Electrodomésticos Corrientes SRL, que labró el acta cuyo original adjunto a la presente, que textualmente dice: "Texto completo del acta notarial", dando cuenta del rechazo a mi reclamo de devolución y de la negativa de repetición de lo por mí abonado con el argumento de que había finalizado el plazo legal de garantía de la misma.

Los abogados y los jueces entendemos lo que el párrafo del ejemplo 2 quiere decir. Aunque probablemente después de leer la transcripción textual del acta notarial hayamos tenido que volver atrás para retomar el hilo, nos hayamos aburrido a mitad de la lectura y el escrito que la contiene tenga una longitud exagerada.

Tanta exuberancia verbal es innecesaria(6). La versión del ejemplo 1:

- Es suficiente para que el juez entienda perfectamente lo sucedido.
- Es suficiente para darnos la posibilidad de aportar la prueba que demuestre los hechos que afirmamos y sugerir el derecho aplicable.
- Es la mejor manera de que la persona a quien le sucedió el hecho -nuestro cliente- pueda reconocerse en el relato.

A veces, llenamos los escritos de palabras, porque creemos que algo está faltando en la argumentación. Queremos que sea una argumentación lógica, "pero no hemos trabajado conscientemente la conexión causal que nuestra intuición advierte allí. De modo que creamos la forma y esperamos que el contenido aparezca y la llene...".(7).

Cuando eliminamos palabras y frases innecesarias, a menudo podemos ver lo que realmente queríamos poner por escrito. El cambio de cuestiones mínimas afecta el resultado.

VI. EL LENGUAJE DE LOS CONTRATOS.

Había una vez dos señores que se pusieron de acuerdo para cerrar una operación comercial. Querían que todo lo convenido constara por escrito para prevenir cualquier diferencia que posteriormente pudieran tener. Por ello, contrataron a un abogado para que les redactara el contrato.

A pesar de que el acuerdo ya se había logrado, el contrato resultó una pieza llena de oraciones gramaticalmente complejas y palabras técnicas, cuyo significado no entendían ni siquiera los contratantes.

Posiblemente era útil para hacerlo valer en un juicio, y abogados y jueces sabrían decodificarlo, pero se perdió el objetivo original: en caso que posteriormente aparecieran dudas acerca de lo originalmente pactado, aunque no hubiera controversia entre ellos, los firmantes deberían recurrir a un profesional que explicara el contrato(8).

Determinada información ya no es privativa de los abogados: hoy en día las leyes están publicadas en internet y

cualquiera puede buscar en la web modelos de contratos para aplicar a su negociación. Incluso hay portales jurídicos -todavía no tan desarrollados en Argentina- que ofrecen contratos inteligentes que se pueden firmar directamente online.

Los contratantes que solicitan la atención de un abogado buscan la ventaja de contar con asesoramiento personalizado que cubra todas las particularidades del negocio jurídico que están formalizando, porque un abogado está entrenado para captar la complejidad del negocio jurídico en toda su dimensión y encontrar la normativa que se adapte exactamente a lo que necesitan. Con la información que le proveen, el abogado analizará todas las aristas de la situación específica y producirá un contrato que incorpore elementos de distintas leyes aplicables al caso. Pero si después de todo este procedimiento la devolución que el abogado les hace es un contrato que les resulta inentendible, los clientes no verán la diferencia entre su contrato "personalizado" y otro que podrían haber buscado en Google.

Quienes piden asesoramiento para formalizar un contrato quieren que se vea reflejado su acuerdo. Buscan encuentro, no barreras.

Los abogados empleamos en los contratos terminología que los contratantes no entienden; repetimos iguales supuestos en diferentes cláusulas, de manera que los contratantes no saben si nos referimos a la misma situación o a una distinta; usamos frases larguísimas en las que el lector termina por perder la ilación(9), y -como somos muy previsores- empleamos toda nuestra creatividad en imaginar todas las situaciones que se podrían llegar a dar, inclusive las imposibles, las que ya tienen solución en la ley y las que no es necesario aclarar (10).

El resultado es a veces terrorífico. El acuerdo de voluntades termina teniendo la longitud de un libro, pero uno que nadie se atreve a leer.

No me refiero a contratos que involucran a muchos participantes, incluyen problemas científicos que aún no tienen solución o tienen una envergadura tal que requiere de términos precisos que no se pueden reemplazar. Me refiero a los contratos que se firman todos los días, cualquiera sea su objeto, que es habitual que comiencen así:

"Entre el señor José Eugenio Gálvez, en adelante el cliente, DNI 456.789, domiciliado en Suipacha 111 1° A, Ciudad de Buenos Aires, y TelNex, en adelante el proveedor, CUIT 30-123456/8, representado en este acto por el señor Adolfo Pereyra, DNI 456.788, quien se presenta en este acto en su carácter de apoderado a tenor de las facultades otorgadas por el poder de administración y representación pasado ante el escribano Joaquín Moisés Esperanza, de fecha 25 de agosto de 2017 que en este acto se adjunta y manifiesta se encuentra vigente, en la Ciudad de Buenos Aires a los 21 días del mes de agosto de 2023, convienen:..." Cualquier abogado puede entender este texto y posiblemente hasta encabece así sus contratos. Pero si analizamos detenidamente la estructura, encontraremos que hay varios elementos que dificultan la comprensión a un lector no acostumbrado:

1. Exceso de información innecesaria (adelantar las calidades de cliente y proveedor en que intervienen las partes, nombre del escribano, fecha del poder, etc.).
2. Profusión de comas en lugares inapropiados.
3. Falta de congruencia entre los sujetos de la misma oración, aun cuando se refieran a la misma persona ("se adjunta y manifiesta se encuentra vigente").

4. Abuso del párrafo en detrimento de unidades más pequeñas. La cantidad de información que contiene esta oración-párrafo obliga al lector a volver al principio para clarificar quiénes de las personas nombradas son las que finalmente "convienen" lo que se expresará a continuación.

5. Inclusión de estructuras gramaticales no habituales en el lenguaje natural: "en adelante el cliente"; "a tenor de las facultades"; "pasado ante el escribano", etc.

La redacción de los contratos tiene la particularidad de no haber evolucionado.

El trabajo que vale es aquel en que el cliente pueda entender lo que produjimos para él sin necesidad de depender de nosotros.

VII. LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN.

Capítulo aparte merecen todos los contratos que firmamos cuando queremos adquirir un producto ofrecido por grandes empresas como compañías de seguros, telefónicas, bancos, administradoras de planes de ahorros, etc.

En la mayoría de estos casos, encontramos tres niveles de lenguaje. Primer nivel: el lenguaje publicitario.

Al entrar a la página web de un banco, encontramos un mensaje claro y contundente dirigido al mercado en el que buscan captar clientes:

"SACA TU TARJETA AHORA Y EMPEZÁ A DISFRUTAR ¡TENELA 100% BONIFICADA LOS PRIMEROS 6 MESES!" Cualquier persona que sepa leer, cualquiera sea su nivel de instrucción, entiende lo que el mensaje quiere decir.

Segundo nivel: requisitos y condiciones.

Cuando los posibles clientes quieren saber más sobre el producto que el banco ofrece, encuentran al pie de página la siguiente leyenda:

"**TÉRMINOS Y CONDICIONES BANCO** Bonificación de 100%. Cartera de consumo. Sujeta a previa verificación comercial, crediticia y cumplimiento de requisitos legales. Válido en el país hasta el 28/2/2019. Bonificación del 100% sujeta a condiciones del convenio correspondiente y aplicable sobre los primeros seis meses de vigencia desde el alta del servicio*, es decir que cada \$ 100 el cliente se ahorra \$ 100. A partir del séptimo mes, o en caso de que el cliente tenga una antigüedad mayor a seis meses, y en caso de cumplir los requisitos, el cliente podrá obtener una bonificación de... Los requisitos para gozar del beneficio podrán variar en cualquier momento, conforme decisión del banco, lo que se notificará al cliente mediante extracto, carta y/o mail. Ver comisión de mantenimiento mensual vigente en www.bancoxxx.com.

* los servicios están conformados por una cuenta corriente y/o caja de ahorros en dólar, una o más tarjetas de débito y una o más tarjetas de crédito. Las cajas de ahorro no tienen costo (11).

Los llamados "términos y condiciones" deberían establecer concretamente los requisitos para acceder a la bonificación del 100%. Pero al leerlas el posible cliente podría preguntarse, entre otras cosas:

1. ¿La bonificación se refiere al costo de la tarjeta, al gasto del resumen mensual, a las compras que haga con ella o a todo eso? 2. ¿Cuáles son los "requisitos legales" que debo cumplir? 3. ¿Cuál es el "convenio correspondiente"? 4. ¿Es lo mismo decir "los primeros seis meses de vigencia" que "en caso de que el cliente

tenga una antigüedad mayor a seis meses"? 5. ¿Cuáles son los otros requisitos -además de los "legales"- que no se explicitan pero el banco puede "variar en cualquier momento"? 6. ¿Por qué remiten a otro sitio para encontrar las comisiones que cobra el banco, en lugar de informarlas? (sobre todo si la promoción tiene fecha de caducidad cercana).

7. ¿Tengo que tener cuenta corriente y/o caja de ahorros en dólar, una o más tarjetas de débito y una o más tarjetas de crédito? ¿Si no tengo, contratarlas es condición para obtener el beneficio? Las palabras utilizadas no son propias de un lenguaje especializado sino del lenguaje común y sin embargo el mensaje es difícil de entender, por lo menos en una sola lectura. Esto es una demostración de que no son las palabras técnicas las que oscurecen el discurso jurídico, sino la manera en que este se expresa.

Tercer nivel: el contrato Cuando el consumidor llega a la instancia en que está decidido, debe firmar el contrato que se le ofrece aunque no tenga tiempo de leerlo o no llegue a entender alguna cláusula, porque no hay posibilidad de negociación.

Como sabemos, la única participación de la voluntad del firmante se reduce justamente a la decisión de firmar. Todo lo demás lo decide la empresa que propone el contrato. No hay más "acuerdo de voluntades" que ese.

El contratante se encuentra con largos contratos con muchas cláusulas y párrafos demasiados extensos en los que se repiten de varias maneras sus obligaciones y las consecuencias de su incumplimiento. Están llenos de palabras e información que pretenden dar más precisión al negocio jurídico, pero paradójicamente solo contribuyen a hacer más difícil la lectura. En esas condiciones, es habitual que no entienda lo que gran parte del contrato quiere decir.

No hay nadie interesado en explicarle qué significa exactamente lo que está escrito, ni siquiera en el momento de la firma.

Por eso, la mayoría de los consumidores que suscribe un contrato de adhesión lo hace con la certeza de que en algún momento de la relación va a ser perjudicado -por no decir estafado- por su cocontratante; o con la seguridad de que lo que está firmando es -en realidad- aquello que decía el aviso publicitario por el que originalmente se acercó al banco (a la concesionaria, al negocio) a preguntar.

Por ejemplo (12) La ley de defensa del consumidor (13) reconoció esta desigualdad al prescribir -como defensa ante los abusos- que los contratos se interpreten siempre a favor del consumidor (14).

VIII - LA SIMPLIFICACIÓN DEL LENGUAJE COMO VALOR AGREGADO PARA LOS CLIENTES.

La iniciativa de mejorar el lenguaje de los contratos (como de formularios, accesos digitales, notas de queja y otros), de manera que pueda ser fácilmente entendido por los usuarios, debería partir de las propias empresas y organizaciones públicas y privadas. La comprensión aumenta la confianza, y es la mejor propaganda que una institución puede tener.

El Citibank en 1975 toma la iniciativa al redactar en lenguaje claro los contratos de acceso al crédito para sus consumidores de EE.UU., con lo que fue pionero en el intento de simplificar el lenguaje en este tipo de instituciones. Respondía así a una demanda de simplificar el lenguaje jurídico que estaba surgiendo entre grupos de ciudadanos y consumidores en países nórdicos y angloparlantes.

Aunque ese movimiento (hoy Plain English Lenguaje) creció, se difundió y tuvo grandes logros a nivel público y de organismos de gobierno en los países en que nació (15), especialmente Suecia, la iniciativa privada encabezada por el Citibank no prosperó ni se replicó en otros bancos ni compañías similares en EE.UU.

Posiblemente, en ese momento el mercado no estaba demandando lo que el banco les ofreció, y por eso la iniciativa no fue suficientemente valorada. No cabe duda que una propuesta similar en esta época causaría un efecto multiplicador de clientes que prefieren entender los términos de su negocio jurídico.

IX - FINALIZANDO.

La gente prefiere un interlocutor que se exprese como la gente.

La facilidad de acceso a la información hace que la oscuridad del discurso provoque desconfianza y los usuarios lo expresan eligiendo al profesional que comunica mejor, votando al político de discurso más sencillo, contratando con quien tenga una propuesta comprensible.

Hoy nadie se avergüenza de preguntar por qué el rey está desnudo. Reclaman explicaciones.

Nuestro nuevo desafío como abogados -cualquiera sea el área en que nos desempeñemos- es desarrollar habilidades comunicacionales que nos permitan explicar contenidos complicados en términos sencillos.

No es una tarea difícil, teniendo en cuenta que estamos habituados a adaptar el discurso según quien sea nuestro interlocutor. Solo se trata de escribir pensando en que los destinatarios no son solo otros operadores jurídicos, sino también lectores no formados en derecho a los que el contenido les interesa o les afecta directamente.

Para terminar, y sin entrar en tecnicismos, me gustaría dejar algunas recomendaciones dadas por el creador del Gran Hermano, George Orwellí (16), según el cual quien emprende la tarea de escribir debería hacerse estas preguntas:

1. ¿Qué intento decir?.
2. ¿Qué palabras lo expresan?.
3. ¿Qué imagen o modismo lo hace más claro?.
4. ¿Es esta imagen lo suficientemente fresca para producir efecto?.
5. ¿Puedo ser más breve?.
6. ¿Dije algo evitablemente feo?.

Notas al pie:

(*) Abogada. Doctora en Derecho Privado. Miembro de la Red Nacional de Lenguaje Claro.

(1) Carretero González, C.: "La importancia e influencia del uso del lenguaje claro en el ámbito jurídico. Pensamiento Civil" - 2018 - www.pensamientocivil.com.ar.

(2) Hay términos y conceptos jurídicos que hacen a la precisión de lo que se dice, son necesarios y hasta imprescindibles. La clarificación del lenguaje jurídico no implica perder el rigor técnico. No es necesario hablar con simpleza de cosas que son complejas, pero es posible simplificar la manera en que estas cosas complejas se exponen.

(3) De Saussure, Ferdinand: "Curso de Lingüística General" - Losada - Bs. As. - 1995 (1916), citado por Rojas,

E. G.: "Archivo y lenguaje judicial: Reflexiones en torno al uso de la forma 'enervar' en el sistema judicial argentino" - VI Jornadas de Filología y Lingüística - 7 al 9/8/2013 - La Plata - 2013 - www.memoria.fahce.unlp.edu.ar.

(4) Es aplicable lo que describe Becker sobre los académicos, cuando dice que "crean algunas de sus oscuridades más impenetrables tratando de ser claros. Saben que los pronombres vagos y la sintaxis ambigua pueden oscurecer lo que quieren decir, y entonces repiten palabras y frases allí donde atisban una posibilidad de confusión. Es probable que eso no confunda a los lectores, pero casi siempre los aburre... quizás tengamos que repetir palabras, pero no deberíamos reiterarlas cuando podemos obtener el mismo resultado sin hacerlo". Becker, Howard S.: "Manual de escritura para científicos sociales" - Siglo XXI Editores - Bs. As. - 2011 - pág. 109.

(5) "Saladino, Pantaleón; Folco, Luis Alberto; Benítez, Emilio Raúl; Bocchio, José Enrique; Dipasquo, Antonio Javier Raúl p/homicidio culposo a Nazar, Jorge Antonio; Nazar, María Silvia s/recurso de casación sin preso Nazar, María Silvia" - Expte. C01 93984/10 - Tribunal de Impugnación Penal - Sala II - 16/4/2018.

(6) "...usamos palabras innecesarias porque pensamos... que si lo decimos lisa y llanamente sonará como algo que puede decir cualquiera, en vez de sonar como el enunciado profundo que solo un científico social puede hacer". Becker, Howard S.: "Manual de escritura para científicos sociales" - Siglo XXI Editores - Bs. As. - 2011 - pág. 107.

(7) - Bs. As. - 2011 - pág. 108.

(8) Ejemplo originalmente publicado en Graiewski, M.: "El lenguaje como herramienta para superar la oscuridad" - 2018 - www.clarin.com.

(9) "Ilación", en su segunda acepción, es "trabazón razonable y ordenada de las partes de un discurso" - DRAE - www.rae.es.

(10) Así, podríamos encontrar contratos que prevean situaciones inverosímiles o casi imposibles, con supuestos equivalentes a "si el sol no saliera nunca más", o "si todos los inmuebles que rodean la propiedad alquilada fueren demolidos", o cualquier cosa que la imaginación nos dicte.

(11) www.sacatarjeta.bancogalicia.com.ar.

(12) www.planrombo.renault.com.ar.

(13) En su art. 4 de la L. 24240 (s/L. 27250) obliga al proveedor a suministrar al consumidor información cierta, clara y detallada de los bienes y servicios que provee y las condiciones de su comercialización, con claridad necesaria que permita su comprensión.

(14) Art. 37 de la L. 24240: "La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa".

(15) En países como Suecia las leyes se dictan en lenguaje claro, los empleados públicos son formados específicamente en ello para atender y contestar consultas y reclamos y todos los órganos de gobierno se manejan interna y externamente de esta manera. Esto tiende a funcionar así en el Reino Unido. En EE.UU., a pesar de las distintas leyes que se dictaron en este sentido (la última bajo el mandato de Obama, "Plain Writing" sobre redacción clara), el lenguajeclaro en la administración pública no es hoy una realidad generalizada.

(16) Orwell, George: "La política y el lenguaje inglés" - publicado en 1946 - disponible en www.bioinfo.uib.es,
Cita digital: IUSDC286566A Editorial Errepar - Todos los derechos reservados.