

El Paradigma del AGUA FRÍA y las dos reglas del demandado: el proceso de inhibición y el lenguaje creativo

Yo, que llevo ya unos años dedicado a litigar, he constatado que la tendencia al caos existe, aunque no se la razón. Y es que, con el tiempo me he dado cuenta que he perdido muchos casos que nunca debí perder, y que, en contrapartida, he ganado alguno que nunca debí ganar.

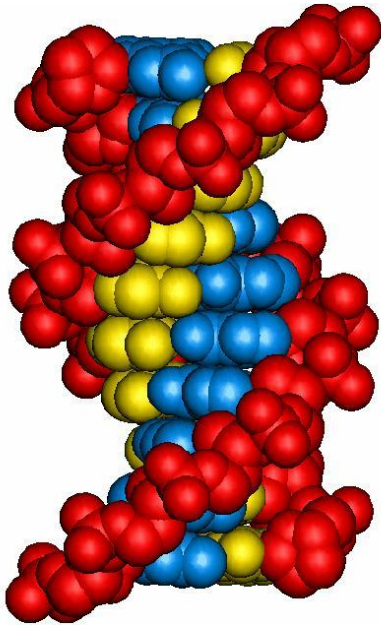
¿Por qué ocurre eso?

Las respuestas pueden ser muchas, pero podríamos considerar al menos dos: los juicios se ganan, o se pierden, (i) porque **las apariencias muchas veces engañan, y no nos damos cuenta**, y (ii) porque **nos explicamos muy mal, aunque todo el mundo finge entendernos**.

Efectivamente, los abogados y abogadas sabemos más que nadie de la endeblez de nuestras argumentaciones, y lo mismo ocurre con la aparente solvencia y nitidez de los argumentos de nuestros oponentes, que no siempre es tan sólida y veraz como aparenta. Por eso, no es un mal consejo desconfiar de la apariencia de las cosas, sobre todo cuando las enuncia nuestro oponente. Pero eso no bastará. Será necesario también convencer al Tribunal de nuestras argumentaciones, que muchas veces no serán mucho mejores que los alegados de contrario, y para eso será necesario no sólo explicarse bien, sino explicarse de forma distinta.

A mi entender, una buena parte de tradicional dificultad de los operadores jurídicos para explicarnos mejor la tiene el formato forense con el que codificamos nuestro mensaje. El actual sistema de codificación del lenguaje jurídico vive atenazado por una sinergia milenaria. **El lenguaje forense es farragoso, tribal, e indescifrable, incluso para nosotros mismos**. Y con esa losa formal resulta muy complejo simplificar el análisis de las consecuencias legales de los hechos sometidos al enjuiciamiento, aunque esa aparente desventaja puede convertirse en una oportunidad única, sobre todo

cuando nuestros oponentes se enredan en el esquema del lenguaje tradicional, emborronando lo que dicho de otra manera estaría diáfano y claro.



En cualquier caso, antes de escribir un solo renglón, los operadores jurídicos necesitamos visualizar el conflicto, identificar su “genoma”, y, a partir de ahí **prevenir sus consecuencias sobre la premisa de la máxima probabilidad, intentando maximizar las utilidades esperadas del proceso, o minimizar las pérdidas.**

¿Cómo se hace eso?

PRIMERA REGLA: EL PROCESO DE INHIBICIÓN.

El **proceso de inhibición** exige focalizar la atención de Tribunal en aquellos elementos fácticos y jurídicos alternativos a los usados por nuestros oponentes, precisamente para inhibir la argumentación de la parte contraria.

Se trata de dispersar la atención de los pensadores lógicos, entre los que se encontrará la parte contraria, y, muy probablemente, el Tribunal que habrá de enjuiciar. La utilización de un lenguaje y un método de “pensamiento



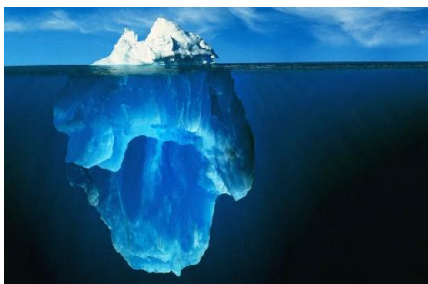
alternativo”¹ debe permitirnos concentrar la atención de nuestros oponentes (y del Tribunal) precisamente allí donde no gravita la base nuclear de su argumentación. Es lo que suelen hacer los ilusionistas, que se aprovechan de las evoluciones mentales previsibles de la mente de un pensador lógico. Se guía al público por el camino del pensamiento más probable, cuando la solución, o mejor dicho, el truco,

¹ Edward de Bono, El pensamiento lateral práctico, Editorial Paidós

se halla muy lejos de ese señuelo.

Podría pensarse que no es ético para un profesional del derecho recurrir a un truco en la Sala del Tribunal, como lo haría un ilusionista. En realidad, eso no es más que un perjuicio. Todo el mundo sabe que el ilusionista basa su éxito en eso, en la inhibición de una parte del juego, y en eso consiste precisamente el truco. En realidad, nadie del público acaba defraudado al no percibir el truco, que siempre se mantiene en secreto.

En el pleito, cuando todo parece perdido, se hace imprescindible deslumbrar al Tribunal y a nuestros oponentes, y en esos caso parece que la única alternativa sea la “magia”, solo que a esa maniobra de distracción no le llamaremos truco, sino **proceso de inhibición**, porque no somos ilusionistas, sino abogados.



En el proceso legal es habitual generar apariencias artificiales, bien negando hechos evidentes, bien explicando solamente una parte del episodio, precisamente la que menos compromete las expectativas del cliente. Y nadie espera que el abogado de una de las partes confiese resignadamente su responsabilidad. Precisamente, lo que todos esperan es el truco, con las armas legítimas que da el proceso legal, pero un truco, al fin y al cabo. No se trata, por tanto, de hacer trampas, pero sí es legítimo realzar aquellas afirmaciones tácticas y jurídicas que probablemente pueden pasar desapercibidas por la fuerza lógica del argumento dominante en el que la parte contraria basará sus expectativas de éxito procesal.



SEGUNDA REGLA: EL LENGUAJE CREATIVO

De pequeño, solía pedirle a mi madre que me comprara "pasta de letras". Con ellas me entretenía mientras comía la sopa, que no era uno de mis platos preferidos. El entretenimiento consistía en adivinar palabras con cada cucharada. Raras veces conseguía formar una palabra conocida. En la mayoría de las

ocasiones lo que era capaz de conseguir eran algunos aullidos inconexos que torturaban a mis padres si conseguía juntar más de una vocal (por ejemplo: "ARUGXCH..."), pero, por lo general, producía gruñidos, porque el azar sólo me permitía cazar consonantes (como el impronunciable "BRTKX...", o el muy celebrado "FGXTZ" que siempre salpicaba parte de la sopa sobre el resto de los comensales).

En mi opinión, la sinergia procesal, y la costumbre hacen que el resultado de nuestros escritos forenses sea como las "sopas de letras" en las que un operador que no tenga conocimientos jurídicos difícilmente podrá leer una sola palabra conocida.

Y eso es algo que no he conseguido explicarme nunca. [¿Por qué los escritos forenses tienen un lenguaje tribal, sólo accesible para iniciados?](#)

Se trata de un lenguaje en el que el primer postergado es nuestro propio cliente, que difícilmente puede entender los argumentos de su propio abogado, y mucho menos el contenido de la sentencia, lo que resulta especialmente sangrante cuando con esos documentos se decide sobre su patrimonio o su libertad.



El uso de un lenguaje asequible permite dirigirnos directamente al cliente de nuestro adversario. Él es el primero a quien debemos impactar con nuestro mensaje, sobre todo cuando somos los demandantes. Si él se rinde el pleito está ganado.

Es por esas razones que creo que el lenguaje forense tradicional no tiene ningún futuro, y, además, ni es obligatorio, ni la ley exige que los documentos legales sean ilegibles. Por eso, cuando la tecnología, la digitalización, y la imagen han inundado el planeta, y el sistema de comunicación

que usa el mundo global se basa en la imagen, no tiene ningún interés, ni ningún futuro, que los operadores jurídicos sigamos manteniendo la "sopa de letras" como sistema de codificación del lenguaje legal.

Nunca he entendido porqué en los contratos no insertamos las fotografías del objeto de la transacción.

En definitiva, creo que debemos "cocinar" el mensaje de forma distinta, tal y como hacen en los publicistas desde hace tiempo.

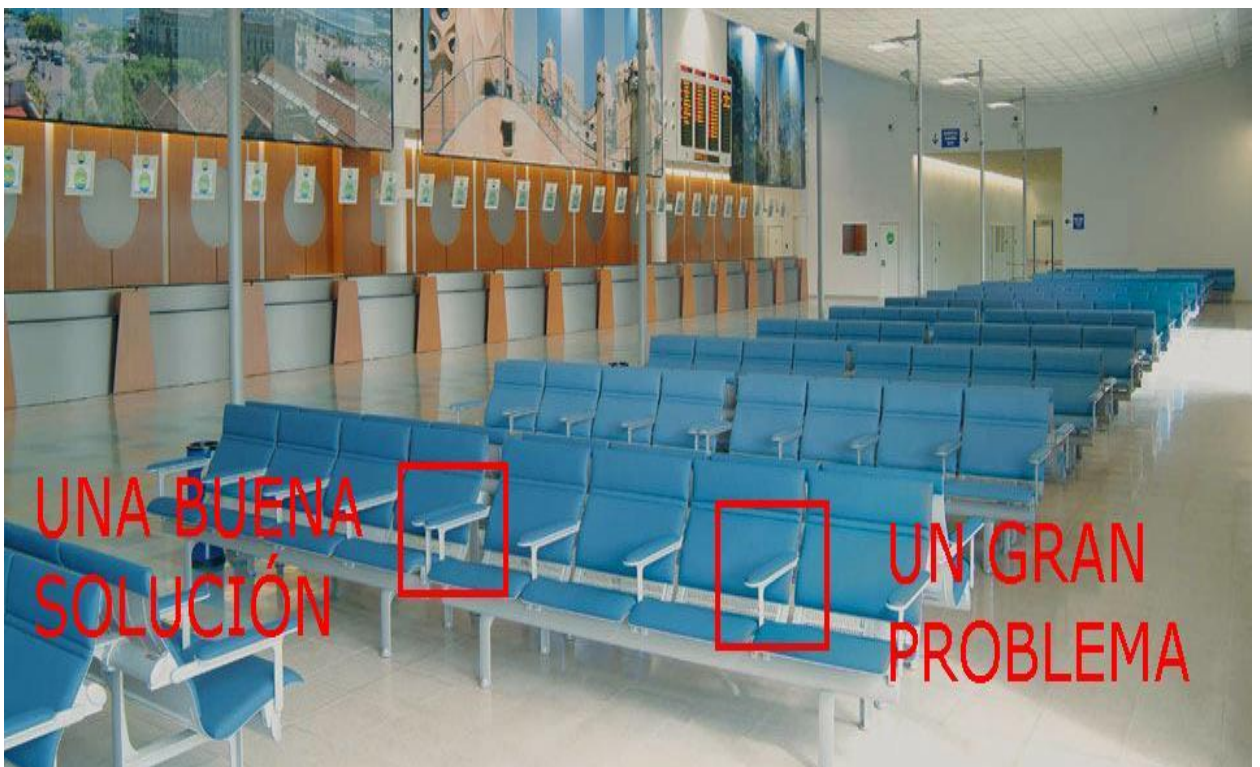


Ilustración 1: ¿De quién es el "apoyabrazos"?

Qué sugerente resulta una imagen como esa para discutir un problema de lindes o de paredes medianeras²

Me fijo especialmente en los publicistas porque su pretensión profesional no es muy distinta de la que tiene un operador jurídico: convencer al receptor del mensaje.

Por otro lado, he llegado a la convicción de que esa obsesión por el contenido, y por la palabra, no tiene la trascendencia que tradicionalmente le damos los operadores jurídicos.

² Conde Lobato, Manuel. Target: Manual de Instrucciones, Netiblo 2007

Los que por edad formamos parte de ese eslabón perdido entre el Hombre de Cromagnon y el Homo Sapiens seguramente saben a lo que me refiero. Nuestra proverbial incapacidad para conocer idiomas no nos ha impedido ser amantes de Los Beatles, o convencidos Wagnerianos, a pesar de no entender una sola palabra de sus canciones y óperas³.

En realidad, eso demuestra que las letras, el contenido, en definitiva, no es lo importante en una canción o en una ópera. El “cemento”, lo que les da vigor, es la música. Es más, ocurre a veces que cuando entendemos por fin el estribillo de la canción sufrimos una profunda decepción.

¿Por qué no ocurre eso en el lenguaje jurídico? ¿O sí ocurre?

De hecho, en la publicidad sí ocurre. Hay numerosos ejemplos de anuncios casi sin palabras, o con palabras ininteligibles. Son famosos los anuncios de “BMW”, en los que solamente te preguntan *si te gusta conducir*. En 20 escasos segundos solamente aparece una imagen del paisaje. Ni siquiera aparece el coche que nos quieren vender, ni nos dan ninguna de sus características. Nada, ni el precio. O el caso de un anuncio de una famosa marca de atún (CALVO), en la que los protagonistas del *spot* aparecen cantando unas palabras inventadas, que además aparecen reproducidas al modo de un KARAOKE, para evidenciar, seguramente, que no dicen nada. Tampoco aparecen los atunes, ni nadie relamiéndose con un bocadillo. O los anuncios de perfumes femeninos, siempre con una voz aterciopelada de fondo francamente incomprensible, más pensados para “ellas”, que para “ellos”, a pesar de que sean siempre ellos los que regalan el perfume (supongo...).

Y, sin embargo, acabamos comprando lo que, aparentemente, ni siquiera intentan vendernos.

¿Por qué no ocurre eso en el proceso legal?

¿Por qué seguimos mitificando la fuerza de las palabras,

³ Le oí decir en la radio a un tertuliano que en su epitafio se haría poner: AQUÍ YACE UN ESTUDIANTE DE INGLÉS. Yo diría que era DON JOAQUÍN LEGUINA, ex Presidente de la Comunidad Autónoma de Madrid.

desarrollando nuestros argumentos en extensísimos escritos imposibles de leer, incluso para los profesionales, o en interminables alegatos orales?



Probablemente porque siempre se ha hecho así. Es como el “paradigma del agua fría”, del que tal vez hayan oído hablar.

Se trata de un experimento que circula por internet, consistente en

poner a unos chimpancés en una jaula. Los científicos abren la jaula e introducen una escalera, y justo encima de la escalera se abre una trampilla de la que cuelga un racimo de bananas.

Como es evidente, el más listo de los primates sube rápidamente por la escalera, y justo en el momento en que se come una de las bananas desde lo alto de la escalera, los científicos riegan con agua fría a los otros primates que esperan su turno debajo.

Ese experimento se repite diariamente, hasta que los chimpancés comprenden que la enojosa ducha fría coincide con la subida de uno de ellos por la escalera. Es entonces cuando reaccionan para impedir que ninguno se suba para coger las bananas, llegando incluso a pelear. El caso es que llega un día en el que, para evitarse problemas con la manada, ninguno de los primates de la jaula muestra ya el más mínimo interés por las bananas cuando aparecen por encima de la escalera.

Pero el experimento no termina ahí. Los científicos deciden sustituir a uno de los primates, por un nuevo animal. Lógicamente, el “nuevo” hace lo que de él se espera, y cuando ve aparecer las bananas sube por la escalera. Los demás primates, con la experiencia adquirida reaccionan en la forma ya conocida, y golpean ferozmente al ignorante compañero, hasta que, a fuerza de golpes, la experiencia le dice que no debe subir a por las bananas.

Los científicos, sustituyen seguidamente a otro de los chimpancés, y el proceso se reproduce, y así sucesivamente, hasta que todos los chimpancés son nuevos, y ninguno de ellos ha sido nunca rociado con la manguera del agua fría, y no obstante se comporta como un mono escarmentado.

Si pudiéramos preguntarle a cualquiera de ellos por qué golpean al compañero que sube por la escalera estoy seguro que la respuesta sería muy “humana”:

- No sé, pero aquí siempre se ha hecho así

En la gestión tradicional del litigio, ocurre igual: parece que nada pueda hacerse de otra manera.

Antoni Aulés