

HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL ÁMBITO JURÍDICO



GRADO EN DERECHO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

GRADO EN DERECHO

CURSO 2024-2025

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

Autor: Mario Serna Boix

TRABAJO FINAL DE GRADO

Tutora: Sara Arteseros Bañón

CURSO 2024-2025

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón

ÍNDICE

1.	RESUMEN O ABSTRACT.....	3
2.	INTRODUCCIÓN	6
2.1.	DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN Y FUNCIONES	6
2.2.	ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN	7
2.3.	TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN.....	8
2.4.	EL DERECHO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN	11
2.5.	MOTIVOS DEL ESTUDIO DEL TEMA.....	12
3.	ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO	13
3.1.	COMUNICACIÓN VERBAL EN LOS PROCESOS JUDICIALES	13
3.1.1	ORATORIA EN ÁMBITO PENAL.....	13
3.1.2	ARGUMENTACIÓN ORAL.....	15
3.2.	COMUNICACIÓN NO VERBAL	16
3.3.	COMUNICACIÓN PERSUASIVA.....	19
3.4.	RELACIONES ABOGADO-CLIENTE.....	21
3.5.	COMUNICACIÓN ÉTICA	22
4.	OBJETIVOS.....	23
5.	METODOLOGÍA.....	24
6.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	25
6.1.	INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS JUDICIALES	25
6.2.	ENTRENAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN	26
6.3.	ANÁLISIS PRÁCTICO DEL JUICIO ORAL.....	27
7.	CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	31
8.	BIBLIOGRAFÍA	32

1. RESUMEN O ABSTRACT

El presente trabajo consiste en un estudio sobre la importancia de las habilidades comunicativas en ámbito jurídico y cómo son capaces de influir en la persuasión. La comunicación consiste en un proceso de interacción e intercambio de información entre las distintas partes que participan en ella. La comunicación puede tener diferentes objetivos: informar, dar a conocer, persuadir, convencer a alguien, modificar la conducta del receptor o simplemente expresarse. Se define la comunicación, dentro de la rama de Psicología de la Comunicación, como una función o capacidad psicológica, incluso existente antes de desarrollar su instrumento, el lenguaje.

Las habilidades comunicativas, por lo tanto, son fundamentales para la puesta en práctica del Derecho, en un marco predominantemente oral. Estas incluyen la capacidad de transmitir información de manera persuasiva y clara, de escuchar activamente o la capacidad de adaptarse a diferentes audiencias, ya sean clientes y testigos hasta jueces y jurados.

Es de especial trascendencia el funcionamiento de la persuasión jurídica, siendo esta la capacidad de construir argumentos sólidos, exponerlos de manera clara y convincente para influir de manera notoria en las decisiones judiciales.

Se desarrollan también las posibles dificultades o resistencias a las que se puede enfrentar quien participe en un proceso comunicativo, siendo algunas las discrepancias con el propio cliente, la actitud del juez durante la intervención, las protestas del abogado contrario o el interrogatorio de un testigo hostil o favorable que modifica su declaración. A demás, deberemos exponer la posibilidad de entrenamiento de habilidades emocionales, habilidades de comunicación para transmitir el mensaje (interrogatorio o exposición), seguridad y capacidad de respuesta, capacidad estratégica, comunicación no verbal...

Finalmente, se realizará un análisis sobre la incidencia de la comunicación oral y no verbal en casos reales.

Palabras clave: habilidades comunicativas en derecho, persuasión, argumentación jurídica, oratoria en procesos judiciales.

ABSTRACT

The present work consists of a study on the importance of communication skills in the legal field and how they are able to influence persuasion. Communication is a process of interaction and exchange of information between the different parties involved. Communication can have different objectives: to inform, to make known, to persuade, to convince someone, to modify the behavior of the receiver or simply to express oneself. Communication is defined, within the branch of Psychology of Communication, as a psychological function or capacity, even existing before the development of its instrument, language.

Communication skills, therefore, are fundamental for the implementation of law, in a predominantly oral framework. These include the ability to convey information persuasively and clearly, to listen actively, or the ability to adapt to different audiences, from clients and witnesses to judges and juries.

It also delves into the workings of legal persuasion, which is the ability to construct solid arguments and present them in a clear and convincing manner in order to influence judicial decisions in a noticeable way.

We also develop the possible difficulties or resistances that may be faced by those who participate in a communicative process, such as disagreements with the client, the judge's attitude during the intervention, the protests of the opposing lawyer or the interrogation of a hostile or favorable witness who modifies his statement. In addition, the possibility of training emotional skills, communication skills to convey your message (cross-examination or exposure), confidence and responsiveness, strategic skills, non-verbal communication, etc. will also be discussed.

Finally, an analysis will be made on the incidence of oral and non-verbal communication in real cases.

Keywords: communication skills in law, persuasion, legal argumentation, oratory in judicial proceedings.

HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL
ÁMBITO JURÍDICO



GRADO EN DERECHO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE
TRABAJO FINAL DE GRADO
CURSO 2024-2025

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón

2. INTRODUCCIÓN

En la siguiente revisión bibliográfica, se pretende incidir en el papel que desempeñan las habilidades comunicativas en la práctica del Derecho. Se abordarán los cimientos teóricos de la comunicación, destacando la relevancia de habilidades como la escucha activa, la expresión oral y escrita y la persuasión dentro del ejercicio profesional del jurista. Se pretende estudiar cómo funciona la persuasión y cómo se aplica en discursos jurídicos. También, se hace hincapié en el desarrollo de estrategias de comunicación efectivas.

HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL ÁMBITO JURÍDICO

2.1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN Y FUNCIONES

Proporcionar una noción única de la comunicación no es posible ya que, según el contexto o los elementos que intervienen en la misma, la definición puede variar de manera considerable. Jurgen Ruesch en *Comunicación: la matriz social de la psiquiatría* (1987), señala que: “el término “comunicación” procede del latín “comunicare”, que quiere decir compartir o hacer algo común”. Cuando dos individuos dialogan se esfuerzan en hacer común algo entre ambos, comparten algo. El autor afirmaba que el concepto de comunicación incluye todos los procesos mediante los cuales una persona influye en otra u otras. Influye de manera especial el contexto, ya que expresa la intención que pretende dar el locutor al receptor con su información.

Por otro lado, según la Real Academia Española de la Lengua, es “la acción y efecto de comunicar o comunicarse” o un “trato, correspondencia entre dos o más personas”.

La comunicación como definición estructurada en palabras de Albert Scheflen (*La Nueva Comunicación*, 2008), se resume como un “sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene y por ello, hace posible las relaciones entre las personas”. Como consecuencia de ello, la comunicación es un mecanismo de organización social, de la misma manera que la transmisión de información es el mecanismo del proceso comunicativo. Si se mencionan autores más clásicos como Aristóteles en el Modelo Aristotélico de la comunicación (335 a.c), la define como la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión. En esta definición, se gira en torno al emisor, dotándolo de un rol de suma importancia, puesto que es el encargado de transmitir el mensaje al receptor o a la “audiencia”. El receptor, por otro lado, adoptará

un rol pasivo y será influenciado por el mensaje. El emisor, el receptor, el contenido del mensaje y el código utilizado serán siempre elementos calificados como inalterables, puesto que en todo proceso lingüístico todo “enviador” (refiriéndose al emisor, el remitente) envía un mensaje a un destinatario (Roman Jakobson, *Ensayos de Lingüística General*, 1981).

La comunicación tiene varias funciones principales como propone Jakobson en su artículo “Lingüística y poética” (1975). Tiene una función denotativa (que gira en torno a la conexión con el referente y el contexto), metalingüística, una comunicativa y otra expresiva (centrada en el emisor). La más difundida y reconocida es la función comunicativa, ya que a través de ella se transmite al individuo una gran cantidad de experiencias sociales e históricas, lo que promueve la formación de habilidades, hábitos y creencias. También mediante esta función se satisfacen diversas necesidades humanas, tanto emocionales como prácticas, proporcionando avisos, datos o conceptos, así como otros elementos relevantes.

La función expresiva o emotiva juega un papel crucial en la estabilidad emocional y desarrollo personales de los individuos. Sirve para construir una imagen tanto de sí mismos como de los demás. Combina la individualidad de cada persona con la necesidad de integrar su rol social y personal.

Por último, la función metalingüística produce “feedback” en todo el proceso de comunicación, permitiendo que el emisor conozca el impacto de su mensaje y que el receptor se evalúe a sí mismo. Esta función depende de la efectividad de otras funciones.

La incidencia de la comunicación en los individuos se produce de dos maneras, ya sea de modo directo (personal y privado), como de modo indirecto.

2.2 ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN

La mayoría de los autores que tratan de dar una explicación a la comunicación y sus elementos, coinciden en que se trata de un proceso dinámico en el que siempre participa un emisor, encargado de enviar un mensaje a un potencial receptor a través de un medio o canal. (Warren Weaver, Claude E. Shannon, Robert Merton...).

En primer lugar, el emisor es el elemento capaz de crear un mensaje. La elección del término “crear” es utilizada por varios investigadores para definir el acto de comunicar, donde los hablantes a medida que actúan y moldean su realidad hacen lo mismo con el lenguaje. El emisor será el encargado de seleccionar el código más apropiado para el mensaje que desea transmitir, asegurando que será aceptado por los participantes de la relación comunicativa. Según el Diccionario de retórica y poética de Helena Beristáin (1985), *“el emisor codifica su idea en un sistema de símbolos que deberá ser compartido y claro para el receptor”*.

El receptor es la entidad, ya sea una persona u organización a la que se destina el mensaje. Distinguimos dos tipos de receptor, el perceptor y el pasivo. El receptor pasivo es aquel que únicamente recibe el mensaje, mientras que el perceptor recibe el mensaje y brinda “feedback”.

El código se define como un conjunto de normas específicas, junto con señales y caracteres seleccionados para transmitir el mensaje.

El canal es el medio por el cual los mensajes se transmiten a otra persona (Carlos Fernández Collado, en La Comunicación humana en el mundo contemporáneo, 2008). Se trata de un soporte material o espacial que permite la circulación del mensaje. Mediante el canal, se establece una conexión entre emisor y receptor.

La situación o contexto es el tiempo y el lugar en los cuales se realiza la función comunicativa y, por último, las barreras comunicativas son todas aquellas alteraciones que impiden o dificultan la señal evitando que el mensaje llegue de manera efectiva al receptor.

Autor: Mario Serna Boix

Los elementos o factores que influyen en la comunicación no varían en contexto jurídico, sino que se adaptan a la situación y necesidades del ambiente que se esté tratando.

2.3 TEORÍAS Y MODELOS COMUNICATIVOS

Un modelo no solamente implica una descripción simplificada de la realidad, más bien es un instrumento de interpretación teórica e hipotética construido por uno o más autores según sus objetivos (Miguel Rodrigo, 1995).

Como tal, no ha existido nunca un modelo de la comunicación en sentido estricto. Hoy en día, existen numerosos estudios e investigaciones que responden al nombre de “teorías de la comunicación”. Como se ha analizado anteriormente, la comunicación posee numerosas definiciones y términos, por lo que cada autor expone sus explicaciones teóricas:

- Modelo lineal: Harold D. Lasswell.

Este modelo de comunicación es uno de los primeros y más influyentes, ya que propone un enfoque analítico centrado en el estudio de los medios de comunicación, como canales para difundir mensajes. Laswell, en un primer momento, trataba de comprender su capacidad persuasiva por el contexto sociohistórico en el que se encontraba (segunda guerra mundial). En 1948 reformula su teoría y la concibe como “Fórmula de Lasswell”, que será aplicada principalmente en el contexto de la comunicación de masas. Su acto comunicativo es unidireccional y se centra en varias preguntas, siendo su esquema el siguiente:

Quién: el autor se refiere a todas las categorías de emisores, es decir, cualquier persona o entidad con la capacidad de enviar un mensaje.

Dice qué: se trata del mensaje a trasladar, donde el autor hace hincapié en el análisis de la información que contiene, analizando el contenido como estrategia de estudio de la comunicación.

A quién: en relación con el análisis antes mencionado es, en mayor medida, cuantitativo.

Por qué canal: los medios utilizados para transmitir el mensaje.

Con qué efecto: impacto que el mensaje provoca en el receptor. Se estudian los efectos psicológicos, sociales, comerciales...

Las críticas con respecto a esta “teoría” inciden sobre todo en su insuficiencia, ya que es incapaz de hacer distinciones entre emisor (quién) y receptor (a quién). También otros autores (Jean Cloutier) sostienen que “los límites entre medio y mensaje son casi inexistentes”.

- Modelo de Shannon y Weaver:

Se trata de una fórmula matemática de la comunicación. Es conocida como una teoría de la información pensada para no tener en cuenta el contenido del mensaje, girando en torno a la “capacidad del medio” (Galeano, 1997) y siendo de vital importancia la eficacia de la transmisión del mensaje. Se introducen términos como el “ruido”.

El proceso comunicativo se inicia en la fuente de información, que genera el mensaje a compartir. La fuente selecciona el mensaje escogido a partir de varias opciones, opera sobre él y lo codifica para posteriormente transformarlo y convertirlo en señal, susceptible de ser enviada a través de un canal. El canal, como se ha profundizado anteriormente, será el medio utilizado para transmitir la señal y recibir la respuesta. Es ahí donde puede producirse el ruido.

El ruido es una presencia externa y fortuita que interfiere la correspondencia entre los dos polos. Será menor eficaz la comunicación a medida que aumenta el ruido. (Zarowsky, Llamazares y Shnaider, 1997:13).

Weaver, establecía que en la comunicación debemos de distinguir tres problemas distintos posteriores:

¿Con qué grado de precisión puedo transmitir las señales de comunicación?

¿Con cuánta exactitud los mensajes son recibidos con el significado deseado?

¿En qué medida el mensaje recibido es capaz de modificar la conducta del destinatario?

- El modelo de “Sistema social”, de Niklas Luhmann:

Esta teoría trata de expresar que la comunicación forma parte siempre de un sistema social, produciéndose una interacción continua entre los miembros que conforman la sociedad. “La comunicación no es una transmisión de nada (haciendo referencia a la teoría de Shannon y Weaver), pues si se sostiene aquello, surge con fuerza la necesidad de aclarar cómo se vuelve posible la concordancia entre lo que un sujeto piensa o comunica, y lo que entiende otro” (Luhmann, 1996). Introduce el término “feedback”, que permite que la comunicación se trate de un proceso interactivo.

Esta teoría fue un antes y un después, ya que la comunicación fue ampliada hacia factores sociales, postura que hoy en día se sigue sosteniendo.

- Modelo descriptivo de la comunicación

Este modelo comunicativo, gira en torno a un esquema en el cual figuran dos elementos clave. En primer lugar, según Schramm: hay una *“necesidad para el emisor y receptor de hablar el mismo lenguaje o hallarse en la misma longitud de onda”*, es decir, que ambos entiendan y perciban el mensaje de manera parecida, lo cual fomenta la comunicación efectiva. También el comportamiento del receptor será muy influyente, ya que esta teoría gira en torno al “feedback”.

De igual manera que el modelo de Shannon y Weaver, se produce una señal después de codificar el mensaje, poniendo en condiciones el mensaje. El comportamiento del receptor será muy importante, ya que se produjeron modificaciones en el significado de “feedback”.

Según el autor, la fuente o el emisor genera una señal después de codificar su mensaje en función del conocimiento personal o la experiencia de este. El receptor, por tanto, será el encargado de decodificar el mensaje transmitido por la señal. El feedback será instantáneo, ya que ambas operaciones se harán de manera casi simultánea.

2.4 EL DERECHO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN

Según Robles (2012): *“el Derecho se ha convertido en el mecanismo universal de comunicación. (...) En la sociedad actual el derecho es el mecanismo de comunicación social más importante, la red universal de la comunicación entre los hombres”*. También Robles añade que *“los ámbitos jurídicos se manifiestan como sumamente dinámicos, sobre todo en las sociedades complejas. La complejidad del Derecho, reflejo de lo social, no sólo se manifiesta en el cambio normativo constante, sino así mismo en la complejidad de los tipos de textos normativos”*.

Si se afirma que el Derecho es un fenómeno comunicacional, también es cultura y lenguaje. El lenguaje es todo medio de comunicación por el cual es posible una mutua interdependencia social. La cultura es todo aquello que surge de la capacidad creativa inherente al ser humano. Así pues, todo fenómeno cultural es una manifestación de la comunicación entre las personas y una expresión del lenguaje, siendo el Derecho una forma de expresión lingüística que regula y organiza la convivencia social.

La comunicación jurídica, de igual forma que otros tipos de comunicación, implica claramente un proceso que se basa en la transmisión de un contenido. El tipo de comunicación que se produce en ámbito jurídico no es una comunicación únicamente de ideas y mensajes, sino que añade herramientas como el discurso argumentativo que responden a necesidades prácticas, a través del cual se pretende convencer o persuadir al receptor para que cambie su actitud u opinión. Utilizando este tipo de comunicación, los letrados pueden cambiar, motivar, refutar o confirmar ideas en el receptor. Desde un punto de vista práctico, la argumentación es un acto de habla cuyo objetivo es ayudar a resolver una discrepancia de opiniones, estructurando el discurso pretendiendo obtener la aceptación de la audiencia hacia las opiniones o tesis presentadas por quien las emite (Anthony Weston, 1994).

Por consiguiente, la argumentación es una manera de organizar el discurso con la intención de lograr que la audiencia acepte las ideas o posturas defendidas por quien las emite, especialmente en temas controvertidos. Los letrados serán capaces de establecer razonamientos persuasivos a través de elementos como la demostración, la argumentación en sentido estricto y la explicación.

2.5 MOTIVOS DEL ESTUDIO DEL TEMA

El estudio de este tema resulta de especial importancia debido a la gran relevancia que poseen las habilidades comunicativas dentro de los procesos judiciales. Analizar y comprender la comunicación y sus habilidades dentro del contexto legal responde a varios motivos clave:

- La capacidad de comunicarse de manera efectiva dentro de un juicio oral afecta de manera directa al curso de este. Poseer conocimientos sobre el tema contribuye a una defensa o acusación más rigurosa y persuasiva, además de mejorar la calidad de los servicios jurídicos prestados

- El estudio permite a los letrados adaptar su discurso jurídico a diferentes audiencias, ya que el sistema judicial cada vez se orienta más a la transparencia y a la participación del público. Básicamente, desarrollar habilidades comunicativas constituye una “necesidad” que responde a las demandas del Derecho contemporáneo.

-La formación en este tema favorece una comunicación ética y a un actuar de los letrados cumpliendo con los estándares éticos de la profesión, promoviendo una buena relación con sus clientes y un sistema judicial más transparente y justo.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

3.1 COMUNICACIÓN VERBAL EN PROCESOS JUDICIALES

La comunicación verbal se puede definir como el proceso mediante y por el cual se emiten y reciben mensajes a través del uso de palabras. En los procesos judiciales, la oralidad desempeña un papel fundamental, puesto que proyecta la esencia de la comunicación en la Administración de Justicia. La oratoria y la argumentación no solamente cumplen una función persuasiva, también fomentan la credibilidad del emisor del mensaje, factor muy importante para influir en jueces y jurados. Tal y como se estructura el juicio oral, la argumentación será evaluada al momento, donde la coherencia, la claridad y la confianza del orador serán vistas directamente.

3.1.1 ORATORIA EN EL ÁMBITO PENAL

La oralidad de los debates en los procedimientos judiciales es un principio constitucional recogido en el artículo 120 de la Constitución española, concretamente en el apartado segundo: *“El procedimiento será predominantemente oral, sobre todo en materia criminal”*. Este principio establece que el juicio es oral; la fase de preparación, el interrogatorio del procesado por el Juez, así como las relaciones que hagan los procesados o respuestas que den. Por lo tanto, la oralidad fomenta que la interpretación de la ley sea la más justa posible y es una garantía junto con otros principios como el de publicidad, de un correcto funcionamiento del Estado de Derecho. Estos principios están recogidos en las sentencias (de ahora en adelante STC) 38/1982, 62/1982 y 96/1987. La oratoria es un elemento determinante en procedimiento judiciales, sobre todo en materia penal, donde constituye la última fase de la causa.

Como antecedente, se ha de definir el Tribunal del Jurado. La Constitución Española lo define (artículo 125) como el precepto que trata de regular los cauces de participación de los ciudadanos en la Administración de Justicia, los cuales se sintetizan en la acción popular, el Jurado popular y los tribunales tradicionales. Realiza funciones de

enjuiciamiento, mencionado en la Ley Orgánica 5/1995, donde son seleccionados aquellos delitos en los que la acción típica no es especialmente compleja (asesinato, homicidio, cohecho, omisión del deber de socorro, amenazas, allanamientos de morada...). Estará compuesto por nueve jurados, ciudadanos mayores de edad y vecinos de cualquiera de los municipios de la provincia en la que el delito haya tenido lugar, sin ser profesionales del Derecho. También estará compuesto por un magistrado.

El sentido de esta composición doble implica que tanto la acusación como la defensa deben ajustar el contenido de su argumentación y oratoria a un auditorio compuesto por un juez, que domina la materia, y jurados, que la desconocen. El lenguaje jurídico ha de ser lo suficientemente claro y preciso para no ofrecer dificultades a la comprensión de la mayoría de los miembros del grupo social a quienes va dirigido. Ante el jurado, la especificidad del lenguaje jurídico ha de ser expresada de forma más cuidadosa, teniendo en cuenta el escaso conocimiento de sus miembros. (Ramón Bello Bañón, 1930).

El Ministerio Fiscal es un órgano diferente que trata de defender los intereses del conjunto de la sociedad, trata de amparar y proteger la seguridad pública. La Ley de Enjuiciamiento Criminal (de ahora en adelante LECrim) no desarrolla contenido acerca de la oratoria que ha de tener un letrado, solo hace referencia en su artículo 734 al informe del Fiscal. Se deriva de estas disposiciones legales que debe limitarse a exponer los hechos, no siendo su función la de convencer o persuadir, sino la de informar de la manera más objetiva y clara posible a los miembros del jurado y al magistrado.

En el caso del abogado defensor, su oratoria no solo debe defender el caso en la medida de la objetividad de las pruebas y hechos plausibles, sino que debe convencer al receptor; bien sea jurado o magistrado a través de técnicas comunicativas, como la persuasión, claridad en el mensaje...etc. Según Grijeldo, al encontrarnos en presencia de un juicio oral, lo que mayormente atrae nuestra atención es la forma en la que el abogado de la defensa y de la acusación se desenvuelven verbalmente y, por medio de la palabra, son capaces de convencer al Tribunal con los argumentos que utilizan para su cometido. En ese sentido, el profesional del Derecho debe encontrarse suficientemente capacitado para realizar su labor, ya que representa un doble papel, primero el de jurista experto y segundo el de orador capaz de expresar fielmente lo que pretende dar a entender.

La oratoria jurídica se divide en varias fases, publicadas en *“El discurso polémico”* (François Martineau, 1994). Una primera fase es el exordio, que tiene como objetivo la preparación de la audiencia a prestar atención. En esta fase, el letrado puede exponer los motivos que le llevaron a aceptar la defensa de su cliente e informar de la tesis que va a desarrollar. A continuación, la narración servirá para exponer los hechos de una manera que favorezcan a su cliente, intentando persuadir al jurado y al magistrado de que es la única versión existente. Se ajustará en todo caso a la tesis que trata de defender. Posteriormente, la confirmación será la fase donde la defensa expondrá la argumentación. El abogado pondrá sus esfuerzos en probar los hechos que hizo referencia en la narración, respaldado por pruebas materiales.

En el caso de que existan pruebas de la existencia del delito, la estrategia del letrado puede ser la calificación, que tiene como objetivo argumentar en favor de circunstancias atenuantes o incluso eximentes, para que se dicte sentencia con una calificación jurídica diferente a la que propone la parte contraria. Debe ser capaz de contrarrestar la estrategia y desmontar los argumentos rivales.

La fase final de la oratoria finaliza con la peroración, que es la “última parte del discurso en que se hace la enumeración de las pruebas y se trata de mover con más eficacia que antes el ánimo del auditorio”.

El orador, en resumidas cuentas, reunirá los atributos adecuados, tanto físicos, mentales y vocales para fortalecer su discurso. *“El orador cuando se propone hacer sentir a los demás, es necesario no sólo que él sienta, sino también que presente en su exterior muestras de su sentimiento”* (Joaquín María López, 1836).

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón

3.1.2 ARGUMENTACIÓN ORAL

La Real Academia Española de la Lengua (2014) considera que el término “argumentación” nace del latín “argumentatio”, siendo la acción de argumentar, y siendo definido el argumento como un razonamiento para convencer. La práctica del Derecho consiste, de manera fundamental, en argumentar. La cualidad que define a un buen jurista tal vez sea la capacidad de crear y manejar un argumento con habilidad (Atienza, 2016)

Debe hacerse una distinción entre discurso y argumentación jurídicos. El discurso jurídico puede entenderse como un desarrollo teórico a utilizar en ámbitos de debate, mientras que la argumentación jurídica pretende intervenir, dar motivos desde una situación que incluye elegir unas normas jurídicas y la aplicación de un procedimiento. Por lo que la argumentación formaría parte material del discurso jurídico. Durante el mismo, se adoptarán técnicas argumentativas, siendo las distintas operaciones racionales argumentales que proyecta el orador a través del lenguaje, partiendo de la demostración de firmeza de sus proposiciones y conclusiones, persuadiendo al auditorio. (Galindo, 2013).

En la elaboración y estructuración técnica de la teoría del caso, son considerados esenciales tres tipos de discurso argumentativo: el discurso sobre los hechos, donde se describe lo sucedido, el discurso sobre el Derecho, que establece los fundamentos legales a aplicar y el discurso de la prueba, que se enfoca en las evidencias presentadas. Mediante los tres elementos se construirá una argumentación sólida a exponer en el juicio oral.

Ricardo A. Guibourg (2019), establecía que los argumentos pueden ser descriptivos o valorativos. Un argumento descriptivo es obligatoriamente verdadero o falso, independientemente de si su valor es conocido o ignorado. Se puede atribuir como falso, cuando las pruebas que la sustentan no son sólidas, atacando su autenticidad o insuficiencia. Dándolo por veraz se puede argumentar contra él, invocando otros hechos también demostrables y sostener que su valor es escaso.

Los argumentos valorativos no pueden negarse o afirmarse de la misma manera, ya que no hay método probatorio para garantizar su validez. No hay circunstancias objetivas reseñables que puedan establecer su falsedad, ya que operan en terreno subjetivo.

3.2 COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación no verbal (CNV en adelante) es aquella utilizada, ya sea de forma intencionada o no, para transmitir información sin el uso de la palabra. Toda información hablada contiene un componente no verbal y puede ser un sistema independiente de la comunicación verbal. La investigación de esta rama es tarea de

cuatro disciplinas: la psicología, la antropología, la psiquiatría y la etología. La CNV está presente siempre, de manera voluntaria o involuntariamente.

En 1981, un psicólogo de la Universidad de California llamado Albert Mehrabian en su estudio *Mensajes silenciosos: Comunicación implícita de emociones y actitudes*, explicaba los diversos factores de la comunicación y la relevancia en la misma. En ese estudio, se resumió en que “el lenguaje corporal supone un 55% del mensaje, el tono de voz un 38% y las propias palabras, un 7%”. Según el autor, el factor que más habla y dice sobre los individuos es el lenguaje corporal.

Los tres tipos fundamentales de CNV son: la paralingüística, la kinésica y la proxémica. El paralenguaje es considerado como el conjunto de elementos no verbales de la voz. En este contexto, es la intensidad de la voz, su velocidad, ritmo, la entonación...

Tabla 1

El paralenguaje como elemento de la CNV

Sistemas	Tipos	Características	Ejemplo
Paralenguaje (sonido)	Física Sonido	Comunican acuerdos, desacuerdos, desagrados...	El tono, el timbre
	Fisiológicos Emocionales	Expresan estados de ánimo, regulan o califican	Llanto, risa
	Cuasi-léxicos	Poco valor léxico, funcional	Onomatopeyas

Nota. Fuente: clasificación de Denzin y Lincoln (2005)

La proxémica consiste en el espacio existente entre dos personas en el proceso comunicativo, es decir, la distancia entre emisor y receptor. Edward T. Hall, antropólogo estadounidense, estudió sobre las distancias corporales y establece la siguiente distinción:

- Distancia pública, utilizada para hablar en grupos (más de 360 centímetros)

- Distancia social, en reuniones sociales y fiestas (entre 120 y 360 centímetros)
- Distancia personal, que separa a los individuos de los que consideran extraños (entre 46 y 120 centímetros)
- Distancia íntima, entre individuos que forman parte de una relación afectiva (entre 15 y 45 centímetros)

Tabla 2

La proxémica como elemento de la CNV

Sistemas	Tipos	Características	Ejemplo
Proxémica (espacio)	Conceptual	Hábitos y creencias relativas al espacio	Cerca, lejos...
	Social	Uso del espacio comunicativo	Transporte público
	Interactiva	Distancia en actividades comunicativas	Conversación

Fuente: clasificación de Denzin y Lincoln (2005)

Por último, la kinesia trata de dar un significado de los movimientos corporales y los gestos en un proceso comunicativo. Existen varios tipos:

-Expresiones del rostro: el ser humano a través del rostro expresa una amplia gama de estados de ánimo, manifestando hasta mil emociones diferentes. Los gestos faciales son reflejo de nuestras emociones, como la ira, tristeza, alegría, miedo, asco... (Paul Ekman, 1999).

-Postura: expresa la actitud de las personas con relación a su entorno.

-Los gestos: son movimientos corporales que permiten comunicar una variedad de sensaciones y emociones.

En este punto, se establece la incógnita de cómo la expresión emocional, dentro del entorno judicial, puede estar incidiendo a las decisiones tomadas en referencia a la

inocencia o culpabilidad de los acusados. “La forma en la que el acusado expresa las emociones o lo inapropiado de la emoción expresada en relación con la información verbal podrían estar condicionando el resultado del juicio” (Health, 2009).

Desde la perspectiva del acusado, la expresión emocional tiene un efecto sobre su credibilidad, pero no parece verse afectada la estimación de culpabilidad que realizan los jueces sobre él. Cabe decir que es cierto que percibir al acusado como “arrepentido”, demostrado por datos empíricos, despierta una imagen favorable del carácter de la persona (Gold y Weiner, 2000). También, se le estima menos propenso a la reincidencia y es visto con mayor predisposición a formar parte de las iniciativas de rehabilitación.

En el sistema judicial español, la Sala Segunda de lo Penal del Tribunal Supremo, en su sentencia n.º 119/2019 del 6 de marzo de 2019, estableció una serie de criterios que el Tribunal puede utilizar para evaluar la credibilidad y verosimilitud de una declaración. Se incluyen entre estos: la seguridad mostrada en la declaración frente a un interrogatorio del Ministerio Fiscal, abogado/a de la acusación particular y del defensor. El lenguaje “gestual” de convicción, destacando la importancia de los gestos que acompañan la declaración ante el Tribunal, la seriedad en la exposición ya sea del letrado, el acusado o la defensa o el detalle en la descripción en la narración de los hechos.

3.3 COMUNICACIÓN PERSUASIVA

Este término implica un tipo de comunicación en la que la información presentada induce al receptor a cambiar sus actitudes y, probablemente, su comportamiento de manera libre o voluntaria.

Actualmente, la persuasión en un juicio se puede conseguir con ideas bien definidas y las palabras correctas para expresar las mismas. Un método bastante preciso y muy divulgado es el método The End (Estaella Del Pino, 2005), cuyo uso tiene por objetivo la generación y ordenación de ideas. El empleador de este método deberá preguntarse qué resultados concretos pretende conseguir y fijando un objetivo desde el principio, lo que supone un despliegue de un mayor número de ideas y seleccionar o descartar las que no se acerquen al objetivo. El método se compone de cuatro fases:

- Primer paso: la fijación de objetivos. Dentro del juicio, el emisor debe preguntarse qué objetivos pretende alcanzar con su mensaje, planteándose el resultado y las pautas que debe cumplimentar para transmitirlo de manera eficaz. Cuando se habla de comunicación en ámbito jurídico, el emisor debe ser preciso y exacto en sus objetivos secundarios y deben ser formulados en sentido positivo.
- Segundo paso: se han de descubrir hechos que sostengan esos objetivos. Deben ser hechos empíricos, que sustenten lo que se pretende expresar. Es el caso de indicios o pruebas.
- Tercer paso: la selección de hechos relevantes. La elección se realizará mediante la adecuación a los fundamentos de derecho que los amparen o la existencia de una evidencia que pueda acreditarlos. Si para algún hecho no existe fundamento de derecho ni evidencia, o tiene escaso o cuestionable fuerza probatoria se podrá sustituir por otro más adecuado.
- Cuarto paso: se proyectará una visión global de lo obtenido de los tres pasos anteriores, donde se formularán las ideas que fundamentarán la exposición oral.

A demás, la efectividad de un mensaje persuasivo depende principalmente del impacto que tenga en el receptor. Juegan un papel importante, según el método, los siguientes elementos:

- a) En primer lugar, la fuente o el emisor, que será quién envía el mensaje y, por lo tanto, aquí entra en juego su experiencia, sinceridad y otros elementos antes mencionados.
- b) El contenido del mensaje, en los que se establece la calidad de los argumentos, organización, claridad y su énfasis en elementos objetivos o si apela a las emociones.
- c) El canal comunicativo, que puede ser visual, auditivo, directo, escrito...etc.
- d) Por último, se tendrá en cuenta el contexto, que tiene que ver con el estado de ánimo. Puede ser relajado, serio, agresivo... También se tienen en cuenta las posibles distracciones.

Según el modelo de Petty y Cacioppo (1983, 1986), los mensajes pueden persuadir a través de dos rutas de pensamiento: central y periférica. En la persuasión mediante ruta

central, el receptor procesará la información disponible, por lo que presta atención a todos los aspectos del mensaje y compara esos nuevos datos con sus propios conocimientos. En la periférica, la persuasión ocurre sin que el receptor realice un esfuerzo excesivo al analizar el mensaje, sino que su cambio de actitud provendrá de aspectos externos al mensaje.

3.4 RELACIONES ABOGADO-CLIENTE

En ámbito procesal, el Código Deontológico de abogacía española (2019), establece una serie de directrices que regulan la relación y la comunicación entre abogado-cliente. El artículo doce, titulado “relaciones con los clientes”, establecen como norma general una relación que se base en la recíproca confianza. El cliente posee libertad de defensa, lo que comprende la de aceptar o rechazar el asunto en el que se solicita la intervención del letrado, sin necesidad de justificar esa decisión. El abogado debe abstenerse de seguir las indicaciones de su cliente cuando entre en conflicto con los principios que rigen su profesión.

Cuando se inicia relación laboral entre cliente y abogado, este último tiene el deber de comunicarse con sus clientes de forma y regular y de manera clara, comprensible y apropiada a sus necesidades. Dicha comunicación debe contener toda la información que permita al cliente comprender la naturaleza y el alcance de los servicios que el abogado ofrece o planea ofrecer, así como incluir informes de manera periódica sobre el avance de la prestación de dichos servicios.

Asimismo, se deberá poner en conocimiento del cliente: la opinión sobre las posibilidades de sus pretensiones y el resultado previsto del litigio, disuadiéndolo de iniciar conflictos o ejercitar procedimientos judiciales sin base sólida.

Se deberá asesorar y defender al cliente con eficiencia y esmero, tratando de encontrar la solución más adecuada caso por caso, prestando atención a la posibilidad de alcanzar acuerdos o acudir a instrumentos de resolución alternativos de conflicto.

Por último, todos los documentos recibidos del cliente no podrán retenerse bajo ningún concepto, ni siquiera con la premisa de no haber recibido los honorarios por sus servicios.

Durante todo el proceso, el abogado tiene el deber de comunicación para/con su cliente:

- Como antecedente, la resolución estimada o prevista de las pretensiones, debiendo persuadirle para no comenzar acciones jurídicas o conflictos sin justificación.
- La evolución durante todo el proceso, como posibilidades de recurso, resoluciones, acuerdos extrajudiciales o medidas alternativas para resolver el conflicto.
- Todo suceso o acontecimiento que tenga relación con el litigio, siempre que no viole el secreto profesional y que pueda condicionar el resultado.

3.5 COMUNICACIÓN ÉTICA

La reflexión sobre la ética no es exclusivamente tarea de la filosofía, según establece A. Léonard en *El fundamento de la moral*, 1997. La reflexión sobre la ética implica considerar y valorar las acciones que llevan a cabo los individuos, reflexionando sus ventajas y desventajas antes de llevarlas a cabo. Así, se habla de rectitud de conciencia o examen de conciencia, expresiones que implican la dimensión ética de la conducta humana dirigida a hacer el bien y rechazar el mal (Santo Tomás de Aquino).

Actualmente, la reflexión sobre la ética se ha movido a multitud de campos profesionales, aumentando la preocupación por ésta en una inmensa mayoría de ellos, incluido el judicial. Existen numerosos Códigos de ética y deontología, como un intento de aplicar la ética a la actividad profesional, como es el caso del Plan Estatal de Formación de Jueces y Magistrados, elaborado por el Consejo General del Poder Judicial.

La comunicación es una tarea intrínsecamente ética o por lo menos posee un fundamento ético. Algunos enfoques de la ética de la comunicación se centran fundamentalmente en los derechos, obligaciones y responsabilidades, mientras que otros se centran en la importancia de las características y las habilidades relacionadas, que se consideran de manera popular como virtudes.

Todo tipo de comunicación (informativa, jurídica, técnica o comercial) ya sea oral, verbal, no verbal o por medios electrónicos ocurre dentro de un contexto, incluidos elementos objetivos, medios y ocasión. La ética de la comunicación tiene cabida en la

interacción de los individuos los unos con otros, los cuales poseen ciertas nociones morales, impulsadas por numerosos factores como normas culturales, costumbres y tradiciones, hasta preferencias individuales y habilidades sociales.

No existe ningún conjunto de reglas o normas para garantizar con seguridad un camino más ético en casos determinados, y por lo general, es ineludible cierto grado de incertidumbre. No obstante, aunque los individuos no pueden tomar decisiones absolutas, son capaces de llevar a cabo elecciones éticas y bien fundamentadas. Uno de los elementos clave para lograr este objetivo es el principio de veracidad, el cual se define como una guía ética en ámbito comunicativo que establece la importancia de la sinceridad y transparencia en todas las interacciones comunicativas. La veracidad está especialmente relacionada con la búsqueda de la verdad, que se manifiesta de diversas formas, ya sea desde la exploración de conocimientos empíricos verificables sobre el mundo material hasta la búsqueda de estos de manera profunda y trascendente.

En resumen, la comunicación ética es clave para el funcionamiento efectivo e imparcial del sistema judicial. Garantiza principios que fundamentan la veracidad y honestidad en los procesos y acciones que se producen dentro de los mismos. Además, sirve para preservar la confianza pública en la justicia, administrándola de manera equitativa y transparente.

GRADO EN DERECHO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

TRABAJO FINAL DE GRADO

CURSO 2024-2025

4. OBJETIVOS

Los objetivos que se pretenden alcanzar en la presente revisión bibliográfica son los siguientes:

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón

- Evaluar el impacto de la comunicación en los diferentes procesos judiciales
- Describir la persuasión en ámbito jurídico y cómo se aplican las principales técnicas en discursos jurídicos.
- Conocer las estrategias de comunicación efectivas dentro del contexto jurídico en sus diferentes ámbitos.

En resumen, se pretende hacer hincapié en la importancia de las habilidades comunicativas y cómo son capaces de influir en un proceso judicial. Asimismo, se pretende dar importancia al perfeccionamiento de estas competencias, mejorando la capacidad de los juristas para presentar sus casos de manera clara y convincente. Por

último, establecer como influyen de manera positiva en su toma de decisiones en ámbito jurídico.

5. METODOLOGÍA

Esta revisión se estructura en dos grandes partes bien diferenciadas. La primera parte, desarrollada anteriormente, es una base teórica, donde se ha adaptado una metodología explicativa. Se han desarrollado los diferentes conceptos de comunicación, sus elementos y la utilidad que poseen dentro de un entorno principalmente jurídico. Una segunda parte, que se tratará a continuación, tiene un componente práctico, donde se tratará de analizar la importancia comunicativa en casos reales, cómo funciona, y si se pueden o no mejorar esas habilidades comunicativas.

El tipo de estudio elegido para la elaboración del presente trabajo es la revisión bibliográfica. La información y documentos que han sido utilizados en el trabajo se recopilaron en diversas bases de datos como Dialnet, Google Académico, distintas universidades (como la Complutense de Madrid) y sus repositorios, así como revistas científicas especializadas en Derecho y Comunicación. También han sido de especial utilidad manuales como el Código Deontológico de la Abogacía Española.

Para realizar una búsqueda efectiva de información en las bases de datos mencionadas, se utilizaron claves específicas que ayudaron a encontrar documentos enfocados en el tema estudiado. Palabras clave tales como: “habilidades comunicativas en derecho, persuasión jurídica, argumentación jurídica, oratoria en procesos judiciales” han sido muy útiles para obtener gran cantidad de documentos e información que ofrecen respuesta a las cuestiones que se tratan en esta revisión.

Pese a que gran parte de este trabajo trata un tema eminentemente práctico, ha sido de especial utilidad la Ley, tanto la Ley de Enjuiciamiento Criminal como la Constitución Española o el Código Deontológico de la Abogacía Española.

Durante la búsqueda de documentos, únicamente se han utilizado artículos y revistas que podían aportar información relevante relacionada con el tema elegido, descartando aquellos artículos que solo trataban la Comunicación sin entrar en aspectos jurídicos o multitud de artículos periodísticos con un marcado componente subjetivo.

Una vez terminada la perspectiva general de la metodología, ésta gira en torno a las habilidades comunicativas en ámbito jurídico y el papel que juegan en la persuasión de jueces y jurados, abordando el tema desde una perspectiva del Derecho y la Psicología.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

6.1 INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS JUDICIALES

La comunicación verbal y no verbal son indispensables en los procesos judiciales, ya que influyen de manera significativa en cómo los mensajes son recibidos e interpretados. La comunicación verbal, como se ha analizado anteriormente, permite argumentar de manera efectiva en ámbito procesal. La comunicación no verbal (postura, tono de voz, gestos...) añadirá matices que pueden reforzar o debilitar el mensaje que se pretende expresar.

El uso de las dos modalidades de comunicación contribuye, tanto de manera positiva como negativa a la persuasión. También es un aspecto a tener en cuenta el papel que desempeñan en los análisis de los testimonios en los juicios, y promueven el desarrollo de lo que los expertos denominan “perfilación criminal”. La perfilación criminal es un método utilizado tanto en ámbito judicial como policial para saber el grado de credibilidad de una persona cuando responde a las preguntas sobre un delito.

En determinadas ocasiones la comunicación verbal y no verbal se contradicen, porque es posible manipular la primera, sin embargo, la comunicación no verbal puede delatar siempre en algún grado.

A continuación, se exponen diferentes hipótesis que materializan la importancia de la comunicación dentro de un proceso:

-La gesticulación puede reforzar o contradecir lo dicho con palabras. Está demostrado que no es posible controlar de manera absoluta la comunicación no verbal y en menor medida en un juicio oral. Todos los elementos no verbales como la kinesia, refiriéndonos a la postura corporal, los gestos, las expresiones faciales, la mirada... ayudan a comprender lo que se pretende expresar.

-Los espacios físicos, más concretamente una sala judicial, influyen de manera determinante en el comportamiento comunicacional de los individuos que allí lo

desempeñan. La sala provoca que los individuos no actúen de manera natural, siendo capaz de provocar incoherencias de la comunicación verbal con la no verbal.

-Los letrados tratan de preparar de manera específica a sus defendidos y testigos, en concreto al proceso de comunicación verbal y no verbal, incidiendo en las preguntas que se les podrán plantear en la sala. Como se mencionó en apartados anteriores, siendo la oralidad la base de cualquier proceso judicial, se ha observado en diferentes estudios que el comportamiento de testigos al ser interrogados por jueces, abogados y fiscales varía enormemente en función de la planificación previa que hayan tenido con su abogado.

-Las habilidades comunicativas pueden entrenarse, concretamente en comunicación no verbal. Un ejemplo sería en el caso de peritos, forenses o policías, cuya instrucción en materia de análisis es bastante relevante, porque permite apoyar, aclarar y fortalecer sus testimonios en los diferentes procesos en los que sean parte.

6.2 ENTRENAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN

Cabe destacar un sector típico en el entrenamiento de habilidades comunicativas para la ejecución de muchas profesiones, sobre todo en aquellas que implican tratar directamente con otras personas. Los antecedentes del entrenamiento de la oratoria pueden remontarse hasta la oratoria clásica de Aristóteles, que implicaba el conocimiento de la argumentación, la capacidad para crear un clima emocional y la propia credibilidad del orador. Las habilidades que se inician en estas situaciones son varias y abarcan distintos ámbitos:

- Cognitivas: se requiere un conocimiento claro para poder comunicar algo relevante.
- Comunicativas en sentido estricto: permitirán expresar las ideas de forma efectiva.
- Personales: son las específicas de cada individuo, como el carisma, el autocontrol, la simpatía...
- Sociales: Facilitarán las interacciones y adaptaciones en el entorno social.

Por lo tanto, son las principales técnicas de entrenamiento de las habilidades comunicativas:

-El modelado del lenguaje: es un método utilizado para entrenar y enseñar habilidades comunicativas mediante ejemplos.

-La práctica: se realiza mediante ejercicios o ejecuciones simuladas, utilizada principalmente en ámbito profesional, como un juicio.

-El *feedback*: va relacionado con el punto anterior, por el que se obtiene una respuesta de la práctica realizada. Emisor y receptor debaten sobre la retroalimentación y obtienen experiencia y aprendizaje después del entrenamiento.

-Discusión grupal: es capaz de ofrecer oportunidades para esclarecer conceptos, reforzar el aprendizaje y la propia adquisición de habilidades.

La comunicación puede perfeccionarse mediante tres fases bien diferenciadas, que pueden aplicarse también al entrenamiento de la comunicación en ámbito jurídico:

Una primera fase de planificación, donde se analizará a la audiencia, el lugar, se propondrán objetivos genéricos y se dedicará tiempos a conocer el tema a exponer y preparar la presentación.

Una segunda fase de preparación, que tendrá por objetivo organizar el discurso para que tenga coherencia, esquematizar el contenido con su respectiva introducción, desarrollo y conclusión, preparar todos los materiales (documentos en su mayor medida) de apoyo y practicar con simulacros.

Una última fase de presentación, creando buenas expectativas al inicio y adaptando la estrategia tanto mediante el cuidado del lenguaje como la comunicación no verbal.

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón

6.3 ANÁLISIS PRÁCTICO DEL JUICIO ORAL

En el ordenamiento jurídico español, el juicio oral, más concretamente en ámbito penal, es la fase en la cual se presentan y se desarrollan las pruebas que respaldan las distintas posturas en el conflicto. Siendo la fase de instrucción la etapa del proceso penal donde se recolectan las pruebas y se construye lo que ha podido suceder y la fase intermedia se revisa su adecuación legal, la fase del juicio oral consiste en la última etapa del proceso, donde se ha de exponer todo lo anterior. Su característica principal es la controversia, donde los participantes toman el rol de “rivales” (defensa y acusación). Existe un moderador, que será el juez, que mantendrá el orden de la contienda y su adecuación a

todas las garantías y normas procesales. Por ello, la oralidad (como se ha mencionado anteriormente) es una variante que demanda una exposición argumentativa destinada a persuadir y convencer a la audiencia.

Ahora bien, como se ha desarrollado en la argumentación oral, la articulación del juicio oral consta de tres elementos: el discurso sobre los hechos, el discurso sobre el Derecho, y el discurso de la prueba. Se expone un ejemplo práctico a continuación:

MINISTERIO FISCAL: “Bien, señores y señoras del jurado, el caso que les corresponde a ustedes enjuiciar es muy grave. Evidentemente es muy grave, es extremadamente grave porque lo más grave que alguien puede hacer contra otro es acabar con su vida, es matarle. Y la gravedad del caso se acrecienta como ocurre en este juicio por dos circunstancias: primero, porque se mata a un ser totalmente indefenso, un ser que cuenta con ocho meses de edad; segundo, porque se mata al hijo de la compañera sentimental del acusado /pausa/. Estos son los macabros hechos, los extremadamente graves hechos”.

ABOGADO DEFENSOR: “Ustedes habrán podido comprobar que durante la selección del jurado yo les he hecho una serie de preguntas y entre ellas, algo que es la presunción de inocencia. Y eso es lo que yo quiero que ustedes, en este juicio, tengan en especial consideración /pausa/ porque estamos ante un hecho que no se causó de forma intencionada, es decir, que los hechos que causaron la muerte del bebé no fueron de lo que se denomina una forma dolosa, es decir, que mi defendido en ningún caso, tuvo la intención de provocar las lesiones que causaron dicho fallecimiento /pausa/ y, que Roberto es una persona, que entendemos es incapaz de cometer un hecho tan atroz, como bien se ha descrito por el Ministerio Fiscal”.

Como se puede observar, los letrados inician su exposición con el propósito de fijar en el juez y jurado el núcleo del caso. La introducción del Ministerio Fiscal trata de marcar la gravedad de los hechos que se enjuiciarán (delito de asesinato agravado), llamando la atención del auditorio. La defensa coincide en la gravedad de los hechos que se desarrollan en la exposición del Ministerio Fiscal, pero argumenta en la falta de intención de su cliente, enfocando su discurso en la presunción de inocencia.

MINISTERIO FISCAL: “¿Cuándo? Viernes 23 de septiembre de 2013; sobre las 8.45 horas de la mañana. ¿Dónde? En el domicilio común de la pareja. ¿Quién? El acusado

XXX. ¿Qué hizo? Agarró al menor, lo levantó y le propinó un fuerte golpe en la cabeza. ¿A quién se lo hizo? Al bebé de ocho meses de edad, hijo de su compañera sentimental. Resultado de la acción: la muerte al menor.”

ABOGADO DEFENSOR: “¿Cuándo? Viernes 23 de septiembre de 2013; sobre las 8.45 horas de la mañana. ¿Dónde? En el domicilio conyugal de la pareja. ¿Quién? El acusado XXX. ¿Qué hizo? XXX cogió al bebé en sus brazos y se le cayó al suelo. ¿A quién se lo hizo? Al bebé de ocho meses de edad, hijo de su compañera sentimental. Resultado de la acción: la muerte al menor”.

Aquí, tanto el fiscal como la defensa trata de incorporar hechos que sustenten su argumentación. El Ministerio Fiscal organiza elementos fácticos que se remiten al delito de asesinato, que luego pueda probar y apoyarse en ellos para sus futuras pretensiones condenatorias. La defensa realiza las mismas preguntas, pero su intención con ellas es otra: argumentar en favor de la imprudencia cometida por su cliente.

MINISTERIO FISCAL: “Constituye un delito de asesinato (se califica siempre de alevosa la muerte de un niño) previsto y penado en el artículo 139.1º del código penal, que exige para que concurren los elementos del tipo: acción (muerte del bebé), dolo (intención de matar), Concorre la circunstancia modificativa de la responsabilidad criminal mixta de parentesco prevista en el artículo 23 del código penal, en este caso como agravante”.

ABOGADO DEFENSOR: “El principio constitucional de la presunción de inocencia: de una parte, la carga de la prueba está a cargo del ente acusador y, de otra parte, el alcance de la regla más allá de toda duda razonable. Su defendido no es autor de delito alguno. Negación de la versión de los hechos de la acusación”.

Lo visto anteriormente es el discurso sobre el Derecho, en el que el Ministerio Fiscal hace referencia al Código Penal, más concretamente el artículo 139, que establece un castigo como reo de asesinato a quien matare a otro en una de las circunstancias siguientes:

- Con alevosía
- Por precio, recompensa o promesa
- Con ensañamiento, aumentando deliberada e inhumanamente el dolor del afectado

-Para evitar que se descubra otro delito o facilitar la comisión de otro

El letrado hace referencia al primer apartado porque la doctrina jurisprudencial afirma que matar a un niño/bebé es siempre alevoso.

Por otro lado, la defensa alude a la Constitución, negando que se trate de un hecho intencionado y el derecho de su cliente a ser juzgado conforme al principio de presunción de inocencia.

MINISTERIO FISCAL: “En el mes de abril de 2013 el acusado inició relaciones análogas a las conyugales con xxx. En la mañana del viernes 23 de septiembre de 2013, sobre las 8.45 horas, el acusado se quedó a solas en la casa con el bebé. Con el fin de acabar con su vida, agarró al menor, lo levantó y le propinó un fuerte golpe en la cabeza haciéndola chocar con gran violencia contra el suelo u otra superficie plana. El golpe causó múltiples y graves fracturas en el cráneo que destruyeron centros vitales encefálicos y desencadenaron la muerte del menor a las 14.45 del día siguiente. El acusado llevó al bebé a un centro de salud. Ocultó a los médicos el golpe mortal que le había infligido y alegó que presentaba vómitos abundantes”.

ABOGADO DEFENSOR: “En la mañana del viernes 23 de septiembre de 2013, sobre las 8.45 horas, XXX se quedó al cuidado del bebé. El menor comenzó a vomitar y, para evitar que se ahogase, XXX cogió al bebé en sus brazos y lo puso boca abajo. En ese momento, se le cayó al suelo. Poco después, XXX llevó al niño a un centro de salud y dijo que presentaba vómitos”.

Por último, en el discurso de la prueba tanto acusación como defensa exponen la base probatoria de la teoría del caso:

Por un lado, el Ministerio Fiscal interroga al acusado, testigos, peritos (fueron aportadas pruebas de médicos forenses) y pruebas documentales (informes de autopsia). La defensa interrogó al acusado de manera favorable, a los testigos y a los peritos.

Una vez identificados y seleccionados los hechos que son susceptibles de provocar efectos jurídicos relevantes (condena o absolución), corresponde a las partes basar esos hechos en pruebas sólidas. El medio de prueba sustenta lo fáctico.

Con todo lo que se ha visto, se puede concluir en que la argumentación oral dentro de los procesos judiciales y la forma en la que se expresan esos argumentos (oratoria)

tienen impactos significativos en la audiencia. Por ello, los letrados cerrarán el caso con las alegaciones finales del informe. El objetivo será que se valoren todas las pruebas presentadas, reforzando y aclarando lo presentado por cada una de las partes

7. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Durante toda la revisión bibliográfica, se ha podido observar que las habilidades comunicativas son esenciales en ámbito jurídico, con su respectiva manifestación en términos prácticos. En el caso de la abogacía, los letrados no deben solamente dominar el apartado legal, sino ser maestros de la persuasión y poseer la capacidad de conectar emocionalmente con su audiencia.

También en este estudio se ha profundizado sobre cómo debe ser una relación sólida entre abogado y cliente, escuchando activamente, adaptando la forma de comunicar a las necesidades del cliente y mantener una confidencialidad para garantizar estrategias de comunicación efectivas.

Han existido dificultades a la hora de encontrar información relevante sobre el tema, ya que es una materia con pocas fuentes de investigación y con un estudio muy limitado, lo cual ha requerido ampliar las fuentes de consulta y adoptar un enfoque multidisciplinar. Ante esta escasez se ha recurrido a documentos en áreas similares, como comunicación y psicología social, además de publicaciones internacionales para garantizar un marco teórico sólido y fundamentado, dentro de las limitaciones de contenido.

Sintetizando, este estudio pretende establecer diversas conclusiones:

PRIMERO.- Desde la perspectiva de abogacía, las habilidades comunicativas pueden marcar la diferencia entre perder o ganar un juicio, y pueden causar que el resultado no sea el esperado. La capacidad del letrado de adaptarse a cada caso, a cada cliente, a cada adversario, es lo que puede marcar la diferencia entre un juicio exitoso o desfavorable.

SEGUNDO.- La relación entre abogado-cliente genera confianza mutua y permite al letrado construir su argumentación y estrategia de manera efectiva, al menos de mejor manera que en otro caso donde la sinceridad no ha sido la base de la relación.

TERCERO.- La comunicación no es solo un medio capaz de transmitir información, sino una herramienta importantísima para influir en las decisiones y percepciones en todo el proceso judicial.

CUARTO.- La formación de manera continua en técnicas de comunicación y persuasión jurídica debería ser parte práctica e integral de la educación en abogacía, en un marco legal en constante cambio y evolución, siendo las habilidades comunicativas indispensables para adaptarse a esos cambios.

8. BIBLIOGRAFÍA

ABA Journal. (2023, septiembre 6). *Do this, not that, when preparing witnesses and during testimony*. Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://www.abajournal.com/web/article/do-this-not-that-when-preparing-witnesses-and-during-testimony-aba-ethics-opinion-says>

Acupsi, P. (2022). *LA PERSUASIÓN COMO HABILIDAD SOCIAL EN EL JUICIO ORAL*. Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://acupsi.org/la-persuasion-como-habilidad-social-en-el-juicio-oral/>

Arneson, P. (2007). *Exploring communication ethics*. New York: Peter Lang Publishing
Barriónuevo-Chebel, M. (2023). *La noción de dialéctica en Aristóteles*. Studium, Filosofía y Teología. Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino. Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://revistas.unsta.edu.ar/index.php/Studium/article/view/811>

Bello Bañón, R. (s.f.) *Algunas técnicas de oratoria forense*. Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://pdfcoffee.com/tecnicas-en-oratoria-forense-pdf-free.html>

Beristain, H. (2000). *Diccionario de retórica y poética*. Recuperado de <https://pdfcomunitario.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/07/helena-beristain-diccionario-de-poc3a9tica-y-retc3b3rica.pdf>

Brea, G. (2018). *La oratoria jurídica y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Revista digital La Pasión del Saber, 8(14), 1-24. Universidad José Antonio Páez. Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://lapasiondelsaber.ujap.edu.ve/index.php/lapasiondelsaber-ojs/article/view/72>

Castro, C., & Filippi, L. (2010). *Modelos matemáticos de información y comunicación cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): Mejorar la comunicación es el desafío de nuestro destino cultural*. Revista RE-Presentaciones: Periodismo, Comunicación y Sociedad, 3(6), 145-161. Recuperado el 26 de septiembre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3352643.pdf>

Cf., ESTABELLA DEL PINO, J., op.cit., pp.183-188

Consejo General de la Abogacía Española. (2019). *Código Deontológico de la Abogacía Española*. Disponible en <https://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2019/05/Codigo-Deontologico-2019.pdf>

Díaz Rodríguez, P (2014). *La función social del abogado*. Recuperado el 6 de septiembre de 2024, de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1513/retrieve>

Ekman, P. (1972). *Emotion in the human face (General Psychology)*. Amsterdam, Elsevier.

España. Constitución Española. (1978). Art. 125. Boletín Oficial del Estado.

Fernández Collado, C. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Recuperado el 26 de septiembre de 2024, de <https://dokumen.pub/comunicacion-humana-en-el-mundo-contemporaneo.html>

Fernández Ruiz, G. (2017). *Argumentación y lenguaje jurídico*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas. Recuperado el 6 de octubre de 2024, de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3016/7.pdf>

Galeano, E.C. (1997). *Modelos de comunicación*. Editorial Macchi. Recuperado el 23 de octubre de 2024, de <http://www.ardilladigital.com/DOCUMENTOS/EDUCACION%20ESPECIAL/LOGOPEDIA/VARIOS/Modelos%20de%20Comunicacion%20-%20Cesar%20Galeano%20-%20art.pdf>

Galeote, G. (2002). *La oratoria forense en la causa penal*. Pandora: revue d'etudes hispaniques, (2), 265-274. Recuperado el 1 de octubre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3160114>

García Alcántara, A. (2012). *Cuando el cuerpo comunica. Manual de la comunicación no verbal*. Recuperado el 31 de agosto de 2024, de

https://sarreplec.caib.es/pluginfile.php/31007/mod_resource/content/4/IJU04/IJU04_Kinesia.pdf

Gold, G. J. y Weiner, B. (2000). Basic and Applied Social Psychology, 22, 291-300.

Hernández Martínez, M. I. (2023). Comunicación oral y no verbal en los procesos judiciales. *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado el 23 de julio de 2024, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/huerta_1_mm/capitulo3.pdf

JAKOBSON, R: Ensayos de lingüística General (Barcelona, Scix y Barral, i 975), p. 17
J.M, López, (1836) Oratoria: *elocuencia en general, elocuencia forense, parlamentaria y de improvisación*. Recuperado el 23 de agosto de 2024, de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/15239>

La Porta, A.M. (2019). *La comunicación como método jurídico: Hermenéutica y analítica en la teoría comunicacional del Derecho*. Universidad de Córdoba, Facultad de Derecho y Empresariales. Recuperado el 23 de octubre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=249986>

Lasswell, Harold D. (1948). *The structure and function of communication in society*. (en inglés) 31. p.216. Recuperado el 2 de septiembre de 2024, de https://sipa.jlu.edu.cn/_local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17A_A_34AAE.pdf

Majada, A. (1991). *Técnica del informe ante juzgados y tribunales: Oratoria forense* (5ª ed.). Editorial Bosch, S.A. Recuperado el 6 de octubre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=311318>

Martineau, F. (2002). *Le discours polémique: Essai sur l'ordre du discours judiciaire*. Toulouse: Presses de l'Université des sciences sociales de Toulouse

Mehrabian, A. (1971). Silent Messages (en inglés). California: Wadsworth.

Mercado Percia, H. (2015). El argumento de probabilidad en la retórica griega. *Revista Perseitas*, 3(1), 13-33. Fundación Universitaria Luis Amigó. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498951488002>

Morales, E. (2014) *Funciones comunicativas*. Wwww.ub.edu. Recuperado el 31 de agosto de 2024, de <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/6822>

Rodrigo Alsina, Miquel (1995): Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos (2ª edición revisada y ampliada).

Pérez-Solari, F. (2015) *La comunicación de la sociedad: Comunicando la teoría de la comunicación de Niklas Luhmann*. Recuperado el 9 de octubre de 2024, de <https://sistemassociales.com/la-comunicacion-de-la-sociedad-comunicando-la-teoria-de-la-comunicacion-de-niklas-luhmann/>

Pressau, P. (2012). *Ethical and Unethical Communication: 21st Century Communication: A Reference Handbook*. (en inglés) Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de https://edge.sagepub.com/system/files/77593_1.1ref.pdf

Pujol Terradellas, L. (2017). *Comunicando, siempre comunicando*. R.E.D.S., 11, 44-49. Recuperado el 31 de octubre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6318061>

Rae.es. Recuperado 7 de julio de 2024, de <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>

Ricardo A. Guibourg (s.f.) *Función y límites de la argumentación jurídica*. Recuperado el 6 de julio de 2024, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S239361932019000100017

Riley & Riley (2012) *model of communication* (en inglés). (2012) <https://www.communicationtheory.org/riley-riley-model-of-communication/>

ROBLES MORCHÓN, G., Sociología del derecho, 2a ed., Civitas, Madrid, 1997, pp.180 y ss

Ruesch, J., & Bateson, G. (1987). *Communication: The social matrix of psychiatry* (en inglés) WW Norton.

Santos García, D.V. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. Red Tercer Milenio. Recuperado el 2 de agosto de 2024, de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/fundamentos_de_la_comunicacion-dionne_valentina_santos_garcia.pdf

Schramm, W. (Ed.). (1960). *Comunicaciones de masa* (2.º ed.). Urbana, IL: Universidad de Prensa de Illinois.

UNIR. (2020, 9 de marzo). *La importancia de la oratoria en el Derecho*. Recuperado el 31 de octubre de 2024, de <https://www.unir.net/derecho/revista/importancia-oratoria-derecho/>

Universitat Pompeu Fabra. (s.f.). Modelos de texto: Argumentación. Recuperado el 7 de julio de 2024, de <https://parles.upf.edu/llocs/cr/casacd/argumcast.htm>

Valero Romero, M. A. (2015). *La argumentación en los juicios con jurado: Un estudio pragmalingüístico* (Tesis doctoral, Universitat de València, España). Recuperado el 12 de julio de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=74808>

VENFORT. (13 de octubre de 2021). *Importancia de la oratoria en los procesos judiciales y la abogacía*. Venfort; Venfort Abogados. <https://venfort.com/es/importancia-oratoria-procesos-judiciales-abogacia/>

Winkin, Y. (1981). *La nueva comunicación: Introducción a la antropología de la comunicación* (Ensayo). Recuperado el 22 de septiembre de 2024, de <https://www.redalyc.org/pdf/104/10439327003.pdf>

HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL

UNIVERSITAT
Miguel Hernández

GRADO EN DERECHO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ELCHE

TRABAJO FINAL DE GRADO

CURSO 2024-2025

Autor: Mario Serna Boix

Tutora: Sara Arteseros Bañón