

El efecto de la publicidad en la norma

Francisco SACRISTÁN ROMERO

Resumen

El autor elabora un análisis teórico sobre la trascendencia que tienen, para los miembros de una comunidad política, la difusión y la publicidad de la norma jurídica, así como la relación que guardan con el principio de legalidad y de certeza jurídica y con los medios de comunicación. El lector encontrará un profuso estudio introductorio sobre los conceptos fundamentales de la comunicación humana, el lenguaje de las normas y la actividad del legislador, particularmente en el caso español (Constitución y legislación ordinaria). El autor proporciona un listado de las conclusiones que se derivan de su investigación. La investigación constituye un producto de investigación útil para investigadores y profesionales del derecho; la teoría que pretende demostrar el autor está fundamentada en una metodología adecuada, las fuentes de información son idóneas y las conclusiones veritativas

Abstract

The author elaborates a theoretical analysis on the importance for the members of a political community of the diffusion and publicity of the legal norm and the relation that keep with the principle of legality and legal certainty and, also, with mass media. The reader finds a profuse study introductory on the fundamental concepts of the human communication, the language of the norms and the activity of the legislator, particularly in the Spanish case (Constitution and ordinary legislation). The author provides a listing of the conclusions that are derived from their investigation. The investigation constitutes a product of useful investigation for researchers and professionals of the right; the theory that it tries to demonstrate the author is based on a suitable methodology, the sources of intelligence are suitable and the factual conclusions.

1. Introducción

La Constitución española de 1978 determina en su artículo 20.3 d) que se reconocen y protegen los derechos a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Así, la atención se centra en las actividades de “comunicar o recibir información”, contempladas dentro del entramado de los restantes derechos humanos, algunos de los cuales serán previos, otros virtualizarán su eficacia real e, incluso, matizarán las facultades integradas en él.

La información hoy es una necesidad de carácter vital elevada al rango de derecho fundamental de la persona por razón de su propia naturaleza, que debe ser reconocida y respetada por todo poder, autoridad y norma positiva. Negar al individuo el acceso a sus fuentes supondría mutilar su personalidad, atentar contra su curiosidad intrínseca.¹

Tal derecho es la proyección de la dignidad que el hombre puede potenciar mediante diversidad de conexiones, definiéndose a modo de libertad concreta imprescindible. Se trata de “formas de libertad”, no sólo en cuanto vigencias culturales, sino también en cuanto valoraciones insertas en el seno de las instituciones jurídicas.²

Por otra parte, el reconocimiento llevado a cabo por la Constitución española adquiere una trascendencia especial, ya que los instrumentos de información y de comunicación no pueden aislarse de su contexto histórico inmediato, al ser una manifestación típica de la sociedad conformada por su acción pública.

Consecuentemente, el binomio sociedad-comunicación aparece en forma de punto de partida. La información y el

1 Castán Tobeñas, J., *Derechos del hombre*, Madrid, Reus, 1985.

2 Sánchez de la Torre, A., *El derecho en la aventura europea de la libertad*, Madrid, Reus, 1987.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

proceso de comunicación son génesis de una técnica que posibilita la fijación y difusión de mensajes por los que la sociedad aumenta su grado participativo, discerniéndose la libertad comunicante (activa) que se coloca en el punto de vista de quien tiene algo que comunicar; y el derecho a recibir información (pasivo) situado en el terreno del receptor, no es una libertad de hacer, sino una libertad de recibir.³

España que, conforme al artículo 1.1 de la Constitución de 1978, se constituye en Estado social y democrático de derecho, cuyos valores superiores del ordenamiento jurídico son “la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político”, propugna el contacto, el conocimiento, ampliando constantemente el número de los sujetos y la extensión y profundización del objeto, en aras de que las comunicaciones sean el fundamento insustituible para una verdadera y efectiva sociedad democrática, edificada sobre la igualdad dinámica de aportaciones.

En suma, de un lado, es un derecho individual como soporte de la personalidad y, de otro, un derecho social, amparante de la libertad como realidad social. Finalmente, es un derecho que protege libertades negativas, o ámbitos de autonomía personal y corporativa, que requieren de la garantía positiva de las condiciones que la hagan efectiva.⁴

En la experiencia cotidiana las interpretaciones de lo que el derecho es son muy variadas; por ejemplo, caben, entre las más frecuentes: la de orden justo y equitativo; norma o conjunto de normas que regulan nuestra conducta social; garantía o protección, restricción o límite del ámbito de actuación de la libertad de cada uno; sanción de una conducta; disposición o mandato; orden, imposición, decisión;

3 Benito, A. y Xifra Heras, J., voz: “Información”, *Nueva Enciclopedia Jurídica*, Barcelona, Seix Barral, 1965.

4 Gorostiaga, E., *Información, derechos humanos y Constitución*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y TV, 1981.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

acuerdo, pacto o consenso de voluntades; resolución de conflictos y litigios; facultad y pretensión; modelo de ordenación y organización de la vida social; institución; ciencia...⁵ Pero, si focalizamos la concepción del derecho en la norma jurídica, es evidente que es una entidad lógica y, desde que se convierte en efectiva, socialización de comportamientos humanos.

Constatada la visión anterior me propongo estudiar la faceta comunicadora-informativa de la norma jurídica, los medios de los que se vale y la relevancia de sus resultados, abordando las cuestiones desde una perspectiva empírico-filosófica empleada como método de análisis. No cabe duda que la reflexión ha de tener, para ser completa, una vertiente teórica filosofante, estimativa del hecho de la información y de la comunicación social que analice, propiamente, la situación presente.

Por tanto, hay que rechazar las doctrinas que no vean la particularidad de la información, el idealismo subjetivo que comprenda la información como simple apariencia, y el idealismo objetivo que observe un principio independiente de la materia, a causa de ser concepciones unilaterales del tema.⁶

2. El rol comunicativo e informante de la norma jurídica

El derecho no se agota en la acción, sino que se proyecta en el ámbito de la conducta habitualizada y debida, con lo que la norma jurídica se define, siguiendo a Sánchez de la Torre, como

⁵ Rodríguez Molinero, M., *Introducción a la ciencia del derecho*, Salamanca, Librería Cervantes, 1991.

⁶ Rey Morato, J. del, *Cultura y mensaje*, Madrid, P. del Río, 1976.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

medio de comunicación del orden jurídico, que expresa a los sujetos que participan de una situación, donde se halla implicada su respectiva libertad, cuál ha de ser su conducta para hacer compatibles sus respectivos intereses, y cuáles serán las consecuencias que el orden jurídico asegura para cada sujeto, tanto en la opción de atenerse a dicho criterio, como en la de infringirlo.⁷

Cuando hablamos de “comunicación social” expresamos la acción de todo tipo de información, dirigida a cada sujeto y a la sociedad en conjunto. Los términos “comunicación” e “información” designan un proceso, uno y otro se perfeccionarán sustancial —no sólo formalmente— en el supuesto de que el mensaje sea recibido con corrección y asimilado por el destinatario.

La diferencia que existe, *grosso modo*, entre ambos vocablos es que el primero es un acto, manifestación o traslado hecho a cada una de las partes de lo dicho por la otra parte, y el segundo es un resultado significativo de la inclusión de elementos —materiales o inmateriales— en algún sistema clasificado para informar.⁸

Considerado el estado actual de la información, ésta podría describirse a modo de organización del diálogo social adaptado a la situación de la sociedad, con pretensión de universalidad en una triple dirección: en sus contenidos, en relación con el tiempo y en relación con el espacio. Por tanto, para poder alcanzar la situación deseada, el proceso de organización genuino entre emisor y receptor, entre el Estado y los ciudadanos, evolucionada históricamente, ha tenido que ir perfeccionándose al ritmo que la sociedad ha procurado. Desde siempre la información ha sido resultado de

7 Sánchez de la Torre, A., *Introducción al derecho*, Madrid, Facultad de Derecho, Universidad Complutense de Madrid, 1991.

8 Escarpit, R., *Teoría general de la información y de la comunicación*, Barcelona, Icaria, 1981.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

una idea, de un proyecto inicial, de unos instrumentos técnicos, y de unos medios económicos que la hacen viable.⁹

En consecuencia, si la comunicación es el enclave de muchas de las actividades humanas, y en la práctica es lo que pone en contacto a los objetos con las personas y a las personas entre sí, hablando científicamente, la interrelación se debe valorar en términos de sistemas de comunicación. El derecho constituye un subsistema especializado compuesto por fenómenos básicos comunicativos, entre los que se cuentan las normas jurídicas.¹⁰

Concretamente, reconduciendo las notas de toda norma jurídica, por ser regla de conducta, a la naturaleza regulativa que produce una obligación de comportamiento ciudadano y una obligación encargada de hacerla cumplir, así como a la previsión que exige una pretensión de validez para los casos comprendidos en su contenido, la norma, evaluada cuanto medio de comunicación, configura una serie de enlaces múltiples, ocasionales y flexibles, inmutables y rígidos.¹¹

3. El valor del lenguaje jurídico a través de la norma

El lenguaje es el instrumento con el que el hombre da forma a su pensamiento y a sus sentimientos individuales, a su querer y actuar, es el cimiento más firme y profundo de la sociedad que ejerce y recibe influencias del exterior servidas de fines y propósitos. Como bien decía Ferdinand de Saussure, el gran lingüista suizo de principios del siglo XX,

⁹ Balle, F., *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*, Pamplona, EUNSA, 1983.

¹⁰ Ruesch, J., *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*, Barcelona, Paidós, 1984.

¹¹ Rodríguez Molinero, M., *op. cit.*, nota 5.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

el lenguaje es “la ventana que nos abre al mundo”. Gracias al lenguaje, las ideas se objetivan en unos signos inteligibles, desplegada una secuencia de palabras ensambladas en conjuntos mayores (frases), de acuerdo a reglas gramaticales.¹²

Dentro del lenguaje ocupa una parcela de incalculable valor el denominado jurídico, del que sus nociones más importantes nos son familiares y útiles en la vida cotidiana, aunque una parte de sus contenidos son altamente técnicos e incomprensibles para los que son ajenos al mundo del derecho, intentando reflejar una realidad de orden superior. A estos efectos son distinguibles, desde un primer momento, el enunciado del discurso legislativo, porciones o segmentos de un documento normativo, y las composiciones significativas, normas en sentido estricto. El enunciado normativo antecede a la hermenéutica y fija su objeto; el núcleo del significado de un enunciado normativo es producto de la exégesis.¹³

La esfera social en la que se mueve el derecho es la intersubjetividad, en esta relación es donde se aposenta la realidad normativa en forma de comunicación jurídica, siendo sus características más notables: la consistencia en cierta actividad de las personas, susceptible de representar actitudes, voluntades y conceptos comprensibles para cualquiera con el que se establezca una relación en la que los sujetos se explicitan para implantar una conexión comprometedora de ciertos bienes o actividades susceptibles de estimación económica conforme a su índole funcional.

La comunicación alteritaria de la norma jurídica se da a conocer con signos que cada experiencia va incorporando,

¹² Ferrater Mora, J., *Indagaciones sobre el lenguaje*, Madrid, Alianza Editorial, 1980.

¹³ Olivecrona, K., *Lenguaje jurídico y realidad*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1968.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

hasta alcanzar cierto nivel de formalización racional. Esta comunicación simbólica conforma un lenguaje que juzga las condiciones en que cada sujeto puede emerger de su “yo”, para abrir el cauce de su instalación en el medio social. Tal lenguaje simbólico permite la universalidad del discurso inteligible referente siempre a la conducta de un sujeto en relación con otro, tendente a entrelazarlos y a delimitar sus comportamientos.¹⁴

Desde una perspectiva regulativa, la norma jurídica reconoce un ámbito formal de la libertad. La fórmula “prohibitiva” revierte en la licitud general de todas las opciones posibles en determinada situación, excepto la prohibida. El estilo “imperativo” restringe la licitud de las opciones en la situación que no es la “imperativa”. La forma “indicativa” traza las posibilidades de conducta recomendadas para conseguir efectos jurídicos, del modo más sencillo, rápido y económico para el sistema.

La precisión de los textos normativos consigue alcanzar sus designios computando el mínimo de recursos con motivo de la articulación lógica de medios de expresión lingüística. Por tanto, la prohibición o el imperativo son algo referente al estilo, son modalidades aconsejadas por la economía de recursos lingüísticos, dejando un número indefinido de excepciones.¹⁵

En realidad, lo que la norma jurídica encierra es una jerarquía de valores que construye un plexo de categorías de orientación axiológica, directivas del individuo en el mundo. El par categorial primario es el de bueno/malo, del que la traducción ético-social lo ha establecido en lo lícito/ilícito o lo permitido/prohibido. Estas categorías axiológicas son las unidades normativas que hacen comprensible el comportamiento individual en el marco de la sociedad. Se advierte,

¹⁴ Castán Tobeñas, J., *Derecho civil español común y foral*, Madrid, Reus, 1986.

¹⁵ Herriot, P., *Introducción a la psicología del lenguaje*, Barcelona, Labor, 1977.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

sin embargo, que la disyuntiva primaria corrobora sólo una planificación horizontal de las ideas de valor, lo que indica que las categorías orientadoras inyectan una movilidad semántica en cuanto a los objetos referidos.¹⁶

En la dirección apuntada es aconsejable que las relaciones reguladas deban referirse a dos puntos esenciales: el orden y la medida. El reconocimiento de un orden en el objeto informado, accesible al entendimiento humano con la ayuda del intelecto y de los sentidos, le lleva a aproximarse racionalmente al universo de los objetos según una escala creciente de complejidad.¹⁷

No obstante, lo expuesto ha de ser matizado puesto que el desenvolvimiento del lenguaje, en general, y de su semántica, en particular, es un problema de adquisición cultural. Se solicita la representación cognitiva del concepto, el contexto y la cultura.

El significado de las palabras está en función del contexto y de la situación humana dentro de la que son manejados. A veces, advertimos, en cambio, que una palabra reúne varios criterios que muestran una comprensión originaria central y extensiones metafóricas o figurativas paralelas.

Por añadidura, hay otros casos más complicados e interesantes de palabras concernientes a objetos que no presentan propiedades cualitativas comunes. Por último, hay un sector en el que los vocablos emergen con imprecisión y vaguedad.¹⁸

¹⁶ Delgado Ocando, J. M., *Consideraciones sobre los elementos semióticos del derecho*, Maracaibo, Centro de Estudios de Filosofía del Derecho LUZ-Facultad de Derecho, 1975.

¹⁷ Rey Morato, J. del, *op. cit.*, nota 6.

¹⁸ Carrió, G. R., *Notas sobre derecho y lenguaje*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1990.

4. Los elementos integrantes de la norma jurídica en su faceta publicitaria

Según lo apuntado en un principio, la información es un proceso de comunicación que establece una relación entre dos términos —emisor y receptor— a través de un medio que transfiere un contenido, por lo que se presuponen tres elementos intrínsecos, de los que nos ocuparemos a continuación, a saber:

- Dos sujetos: el emisor y el receptor.
- Un objeto: el mensaje.
- Un medio: el instrumento comunicador.

A. Elementos subjetivos

Sociedad, individuo y comunicación son vocablos que se relacionan mutuamente, toda vez que es la comunicación la que crea sociedad y halla en ella su cohesión y la seguridad de su estabilidad. La profundización en la persona nos hace apreciar que el ser es comunicativo y se abre a la verdad y al bien, el hombre es relacional por sus potencias superiores de las cuales emana la comunicación.¹⁹ Por consiguiente, ser persona es ser capaz de comunicarse.

Por medio de la alteridad la norma jurídica presupone una pluralidad de sujetos que entran en relación y actúan regulando las relaciones que instauran. Los conceptos de bilateralidad y de reciprocidad subrayan que de las relaciones jurídicas surgen poderes y deberes correlativos, en el doble sentido de que al poder del uno corresponde un deber en el otro (bilateralidad), y de que un sujeto no puede actuar res-

¹⁹ Xifra Heras, J., voz: "Información", *op. cit.*, nota 3.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

pecto a otro, sin legitimar, en las mismas circunstancias, un comportamiento análogo respecto a él (reciprocidad).²⁰

Abunda la creencia que pone de relieve el poder unilateral del comunicador sobre el del receptor. El emisor es el único que accede a la iniciativa del hecho informativo por la dificultad del propio medio y por la organización del trabajo. De algún modo, la defensa de los valores informativos se confían al comunicante, el cual tiene recursos para poder presentar un enunciado, siendo el destinatario quien debe ser tenido en cuenta como primer sujeto del derecho de la información.

En este orden de ideas los dos polos de la tensión noticiosa son activos, el sujeto técnico que otorga/gestiona la información y el sujeto social que la recibe, al tiempo que es fuente de las noticias al recrear la norma emitida.

La norma se dirige al conjunto de los ciudadanos sometidos a su vigencia, a los cuales impone, prohíbe o permite hacer algo, con las obligaciones y limitaciones pertinentes; y a los órganos del Estado, a los funcionarios y autoridades llamados a aplicar el contenido jurídico y a velar por su observancia. Esta característica de “generalidad” viene a ser la primera de las garantías del individuo frente al avance progresivo de las regulaciones sociojurídicas estatales, opuestas a la “particularidad” y a la “singularidad”, aunque vinculadas a una interpretación pragmática de los objetivos y valoraciones sociales bajo un concreto prisma del bien común.

Dicha “generalidad” nace como una pretensión derivada de las finalidades del orden jurídico. Una norma que no regule una relación por vía general abstracta no puede calificarse de jurídica, por ser el derecho una regla de coexistencia so-

²⁰ Lumia, G., *Principios de teoría e ideología del derecho*, Madrid, Debate, 1989.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

cial, reviste orden, igualdad y exclusión de arbitrariedad. Dándose los requisitos y supuestos previstos, la norma abarca mayor o menor número de personas y de relaciones regidas.²¹

Coordinadamante, se aprecian dos notas sustantivas: la objetividad y la abstracción, que muestran la omisión de intromisiones personalistas, el plano secundario del sujeto gramatical que desempeña el papel de emisor del mensaje, y la falta de apreciaciones atribuidas.²²

B. Elemento objetivo

Información es sinónimo de transmisión de cierto número de mensajes, afirmaciones verdaderas o falsas a un individuo que las recibe, las deforma, las acepta, las rechaza o permanece insensible. Sujeto y objeto no actúan absolutamente individualizados, en el encuentro el objeto modifica al sujeto y viceversa, interpretando el orden dado a conocer.

Por su parte, la vida social no es una totalidad homogénea, se compone de sectores que se influyen como un enjambre de conflictos y colaboraciones; la vida de cada uno confecciona un agregado de proceder orientados hacia un equilibrio específico. Por ende, lo que emite la norma jurídica es un mensaje estabilizador de la vida social, captador de las relaciones intersubjetivas, consiguiendo cierta estandarización de la conducta social, entretejiendo una transacción entre valores colectivos e individuales, e intereses de grupo.²³

En la proporción en que la sociedad pluraliza las acciones individuales, las enriquece y las coordina, los hechos jurídi-

21 Castán Tobeñas, J., *Derecho civil*, *op. cit.*, nota 14.

22 Hernández Gil, A., *Obras completas*, Madrid, Espasa-Calpe, tomo VI: *Saber jurídico y lenguaje*, 1989.

23 López Aranguren, J. L., *La comunicación humana*, Madrid, Tecnos, 1986.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

cos normativizados hacen real la participación. En una palabra, toda relación jurídica pone al hombre en contacto con el mundo que le rodea. Comunicar es poseer algo en común, y ese algo en que se coparticipa es un saber, un mensaje.²⁴

A su vez, el receptor humano tiene unas capacidades límite para procesar información, con el fin de comprender la complejidad de la realidad jurídica. En esta línea, el método es un instrumento ajustado a la acomodación de dos dimensiones: el objeto y el sujeto. El ajuste informativo será diferente en cada sociedad y momento histórico, sólo si hay conocimiento de la realidad hay genuina comunicación.²⁵

Evaluada globalmente, la gran finalidad de los medios de comunicación social es la de mantener vivo y profundizar continuamente en el conocimiento y la vigencia de aquellas verdades que, por distintos fundamentos de evidencia, se han constituido en certezas sobre las que se sustenta la convivencia plural en la libertad de la sociedad, reduciendo la incertidumbre por el mensaje que, de acuerdo con Norberto Bobbio,²⁶ será completamente riguroso, o sea, se definirán los términos empleados; se observarán las reglas de formación y transformación de los enunciados; y se usarán con perseverancia semántica los términos, concertados con las definiciones.

La emisión transmitida es realización de la justicia en la vida social, traducida formalmente en una delimitación de las parcelas de licitud y deber, conjugadas las exigencias institucionales del bien común y las de la autonomía individual. Por lo cual, cada uno sabe a qué atenerse, conoce el margen de libertad dentro del que no puede ser impedido ni

24 Paoli, J. A., *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*, México, Trillas, 1983.

25 Rey Morato, J., *op. cit.*, nota 6.

26 Bobbio, N., *Teoría de la norma jurídica*, Turín, Giappichelli, 1985.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

obligado, y sabe que hay acciones que está constreñido a hacer, conociendo cada cual su derecho y su deber.

Como ha sostenido Recaséns Siches,²⁷ el derecho es una construcción cultural permanente en la que ciertas formas de la vida humana se asientan, gestándose y objetivándose en una interacción constante de necesidades, hechos, valores y normas. Por lo que es impensable un modelo de orden social correcto que no progrese para reflejar la realidad, viéndose la mediación comprometida en la suerte de la sociedad en la que media, simultáneamente que la sociedad es un fruto de la propia mediación.

En el proceso de comunicación que permite entenderse a quien realiza la experiencia y a quien solamente la observa, es destacable el mecanismo de un orden que entraña la consecuencia de que diversos sujetos puedan comunicarse lingüísticamente con referencia a sus experiencias.

Se origina un estado en el que no sólo son conocibles las expresiones normativas, sino también su fundamentación en hechos, necesidades o aspiraciones en cuya experiencia toma parte el observador. La conexión entre lo que “es” y lo que “debe ser” convierte a la regulación positiva en un valor cultural, unión que se vale de simbolismos sopesados con el sector normativo en el que las normas se encuadran, tratándose siempre, ya sean completas o incompletas, de parcelas de un conjunto más amplio organizado sistemáticamente y que sólo en su conjunción pueden ser plenamente comprendidas.²⁸

El problema de si la coacción debe ir anexionada a la norma jurídica ha preocupado desde antaño. Prescrito el mantenimiento del orden y de la paz social, no es posible dejarla

²⁷ Recaséns Siches, L., *Tratado general de filosofía del derecho*, México, Porrúa, 1986.

²⁸ Pérez García, R., *Información y significado: hacia una teoría semántica de la información*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1991.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

sin cumplimiento, al libre arbitrio de los ciudadanos, y para imponerse, en caso de que la regla jurídica sea desconocida o violada será utilizada la coacción y obligado el infractor a respetar el mensaje. De forma que los medios comunicantes son, de una parte, las palabras expresadas y, de otra, los actos prácticos desencadenantes.

En general, la nota de imperatividad, obligatoriedad o exigibilidad revierte en que las normas jurídicas arrastran un mandato (positivo o negativo) que impone a los sometidos una conducta, bajo una sanción. Todo ello va ligado al carácter autárquico del derecho, a la independencia de la voluntad de los sometidos a sus normas, sin quedar subordinado a su aceptación o reconocimiento.²⁹

Paralelamente, la norma jurídica persuade gracias a una donación de hechos e ideas, cuyo único conocimiento actúa como razonamiento sobre los individuos hasta obtener su convicción. El proceso comunicativo aparece entonces como influyente, tipificado en una presión que puede modificar los comportamientos, condicionando al destinatario que recibe la influencia porque supone un dominio sobre el ánimo.³⁰

Sin embargo, evaluar las normas como simples recursos coactivos no es exacto, si entendemos el derecho como norma general de la libertad que se plantea en las relaciones jurídicas de los individuos y grupos, expresada en juicios acerca de qué tipos de intereses o expectativas son deseables y conviene promover comunitariamente.

C. Medio comunicador

Los medios de comunicación observan una función mediadora de interacción al servir de canales transmisores de

²⁹ Bobbio, N., *op. cit.*, nota 26.

³⁰ Benito, A., *op. cit.*, nota 3.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

cara a la sociedad, al menos potencialmente. El tratamiento diferenciado de la información de las normas jurídicas trae consigo la correspondiente especialización en funciones comunicativas, distintivas de alguno de los cauces interactivos en la sociedad. A partir de esa especialización la información pública llega a organizarse institucionalmente, legitimándose un procedimiento sistemático de adquirir, procesar y distribuir los datos que diseñan la norma. Nace así un sistema de comunicación identificable porque gozará de unas características distintivas, más o menos formalizadas según la complejidad que alcance el uso de la información en la colectividad.

El artículo 91 de la Constitución española dictamina que “el rey sancionará en el plazo de quince días, las leyes aprobadas por las Cortes Generales, y las promulgará y ordenará su inmediata publicación”. Hay una remisión a tres clases de acciones: la sanción, la promulgación y la publicación.

Sancionar entraña un acto constitucionalmente político, de actividad soberana, en el que se confirma, con validez objetiva y con trascendencia pública regulada según las modalidades estipuladas en el ordenamiento jurídico, el texto de una ley. De la sanción se infiere la objetividad, la constancia general, la máxima eficacia, la presunción de conocimiento, la forzosidad y el inmediato control de las regulaciones. Por esto la legislación del Estado es “intocable”, “inviolable” e “indiscutida”.

En resumen, en la Constitución la sanción posee la misión de reforzar la dignidad inherente a todo ser humano, aseverada con la firma del jefe del Estado; la promulgación, debido a un propósito de recuperar solapadamente los poderes que encerraba la sanción regia y al haberse utilizado en España, normalmente, como una referencia alternativa a la publicación, es un trámite inútil como concepto alternativo a los de sanción y publicación.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

Por el contrario, en el uso, los actos de la sanción y la promulgación se fusionan en uno solo. La promulgación, o bien queda sin desarrollo, o bien ha de ser practicada como el mandato de publicación. De otro lado, el mandato real dirigido a “todos los españoles, particulares y autoridades para] que guarden y hagan guardar la presente ley” no puede considerarse la aplicación de la promulgación, ya que en el sistema español basado en el origen popular de los poderes del Estado (artículo 1.2.), la obligatoriedad emana de la aprobación dada por el orden legislativo. Redundantemente, se puede pensar que el anuncio inicial aprobatorio de las Cortes a los que “la vieren y entendieren”, forma parte del acto de sancionar, refrendado ministerialmente y expuesto en la publicación oficial.³¹

En lo que se refiere a la publicación, ésta es un acto material atribuido al Ejecutivo que exhibe oficialmente la existencia y contenido de las leyes, una *condictio sine qua non* sin la que no pueden entrar en vigor ni ser aplicadas. Verdaderamente, como acto, añade poco o nada, pero aun así forma parte del procedimiento legislativo, es una garantía de la libertad individual que entraña la notoriedad y la certeza.

Su finalidad es la de reproducir fielmente la redacción previamente aprobada por las Cortes y sancionada por el rey; se trata, en síntesis, de una condición indispensable para que la ley pueda desplegar su eficacia jurídica. Al articularse un aspecto de eficacia se impide su aplicación en tanto no se verifique.

A propósito del proceso cimentador de estructuras, el papel de la información es el de contribuir a la fijación de aquellas que son mínimas y esenciales, manteniéndolas per-

³¹ Santaolalla López, F., “Artículo 91 de la Constitución Española”, *Comentarios a las leyes políticas*, Madrid, Edersa, 1985.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

meables al continuo perfeccionamiento al que está llamado el conocimiento más completo de las normas.³²

El artículo 2.1 del Código Civil dice que “las leyes entrarán en vigor a los veinte días de su completa publicación en el *Boletín Oficial del Estado*, si en ellas no se dispone otra cosa”, siendo extensible lo preceptuado, dictamina la jurisprudencia tradicional a toda clase de normas jurídicas. El artículo 9.3 de la Constitución española garantiza la publicidad de normas. Y el artículo 96 de la misma prescribe que “los tratados internacionales válidamente celebrados, una vez publicados oficialmente en España, formarán parte del ordenamiento español”.³³ Por tanto, queda claro que, con miras a obtener un conocimiento general y para hacer obligatorias las normas jurídicas, éstas se han de publicar, siendo el *Boletín Oficial del Estado* la publicación oficial.

Además, en la Constitución española el principio en cuestión alcanza una dimensión nueva, más amplia que la prevista en el Código Civil. De forma similar a lo que sucede en el Estado, las comunidades autónomas y las provincias, entre otros ámbitos territoriales, publican sus propios diarios oficiales. A su vez, desde nuestra incorporación a las comunidades europeas (actual Unión Europea) en 1986, nos vemos compelidos a manejar las publicaciones de la Unión Europea, diarias y no inscritas en el *Boletín Oficial del Estado*.³⁴

Ello corrobora que los medios de comunicación enunciados ejercitan dos funciones principales: primordialmente, una pretensión de la realidad tal cual es, para que todos ten-

³² Rodríguez-Zapata, J., *Sanción, promulgación y publicación de las leyes*, Madrid, Tecnos, 1987.

³³ La interpretación clásica ha convenido en creer que la publicación en el *Boletín Oficial del Estado* es un acto normativo que transforma lo que sólo era derecho internacional en derecho interno.

³⁴ Ramos Méndez, F., *Cómo estudiar derecho*, Barcelona, Bosch, 1991.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

gan conocimiento de lo que es correcto y es preciso conservar y, a *contrario sensu*, lo que hay que desterrar y rectificar. En segundo lugar, los medios empleados han de dirigirse a objetivos comunes convenientes.³⁵

El *Boletín Oficial del Estado*, materialización de la comunicación social elaborada por la norma jurídica, pertenece a un estrato que es el de las objetivizaciones ideadas por el ser humano, y la actualidad que genera en nuestro entorno es parte de la realidad. Es una forma social de comunicación en la que la información se produce y difunde todos los días laborables.

La “situación de comunicación” lograda contribuye a una “patentización” de posibilidades y responsabilidades. La función desempeñada por el proceso informativo coadyuva a la creación o al perfeccionamiento de las acciones que, individual o colectivamente, desdobl原因 al hombre en la plenitud de su personalidad. Con lo cual se evidencia que sea una unidad básica de la inteligibilidad del derecho, y que la conducta jurídica aparezca en el pleno de un proceso unitario, caminando por los sucesivos momentos en que el orden jurídico ejerce su control.³⁶

Por todo esto, las técnicas publicistas han de actualizarse ampliando las conductas de expresión y aumentando su riqueza formal, valiéndose de todo tipo de combinaciones; adaptando los instrumentos que se han ido creando a las exigencias del lenguaje humano y diversificando los contenidos informativos según los receptores y las técnicas usadas casuísticamente.³⁷

35 Mota, I. H. de la, *Función social de la información*, Madrid, Paraninfo, 1988.

36 Benito, A., *op. cit.*, nota 3.

37 *Idem*.

5. Consecuencias conclusivas: la salvaguardia del principio de legalidad y la protección de la seguridad jurídica

Brevemente decir que por “legalidad” entendemos la existencia de leyes y el sometimiento a ellas y es también un requerimiento del poder y la forma en que se descubre el derecho. El derecho consta de normas y éstas son las que nos permiten hablar de un sistema de legalidad.³⁸

De acuerdo con lo expuesto, se comprende que esta sistematización aparezca estrechamente vinculada a la seguridad al experimentar todo derecho y, por ende, toda norma jurídica un valor o una función de seguridad en cuanto cristaliza en un sistema de legalidad.

La seguridad, la certeza, la previsión, la dirección y el ajuste que las normas pretenden para que la gente sepa a qué atenerse, cómo se ha de comportar y qué le puede acontecer si no cumple con lo que se prevé públicamente, trae consigo, recubierta de una formalidad, cómo han de efectuarse los comportamientos.

La particular sanción, exteriorizada por su publicación, nos comunica pues que estamos obligados a cumplirla puesto que, en caso contrario, se ejecutarán las consecuencias dispuestas.³⁹

A modo de paréntesis, es condición insoslayable cultivar la veracidad informativa o acomodación a la realidad objetiva, siendo la verdad, más que el objeto de la comunicación, el medio comunicante que permite a los sujetos asumir un dato unívoco para ambos. El elemento mencionado se remite, fundamentalmente, a ciertas relaciones normati-

³⁸ Martínez-Siculuna, C., *Legalidad-legitimidad: la teoría del poder*, Madrid, Actas, 1991.

³⁹ González Casanova, J. A., *Teoría del Estado y derecho constitucional*, Madrid, Vicens-Vives, 1980.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

vas; naturaleza-entorno; constancia-variabilidad; estabilidad-cambio.⁴⁰

Igualmente, la sanción, la promulgación y la publicación han de efectuarse en un plazo, y los quince días señalados deben comenzar a contarse desde el momento en que obra oficialmente en poder del rey, siendo el marcado un máximo que no tiene por qué agotarse. La publicación habrá de ser inmediata para evitar toda clase de demora injustificada, recayendo la obligación en el gobierno, del que depende el *Boletín Oficial del Estado*. Junto a lo anterior será obligatorio, desde una perspectiva constitucional, que el diario sea distribuido y vendido inmediatamente en el territorio nacional y que los precios de suscripción y venta sean reducidos para su asequibilidad.⁴¹

En definitiva, se relaciona el principio de publicidad de las normas con el de legalidad, sin publicidad no hay una norma previa habilitante de la actuación administrativa; y con el de seguridad jurídica, en la medida en que si faltara publicidad no sería estimada la presunción *iuris et iure* de conocimiento de las leyes sustentada en el artículo 6.1 del Código Civil.

6. Conclusiones

He resumido a modo de decálogo las conclusiones que estimo más importantes de este ilusionante trabajo:

- 1a. La información como en ningún otro momento en la historia del hombre se configura como una necesidad vital, elevada al rango de derecho fundamental de la persona por razón de su propia naturaleza y que debe

⁴⁰ Foucault, M., *La verdad y las formas jurídicas*, Barcelona, Seix-Barral, 1981.

⁴¹ Rodríguez Zapata, J., *op. cit.*, nota 32.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

ser reconocida y respetada por todo poder, autoridad y norma positiva.

- 2a. La información es de un lado un derecho individual como soporte de la personalidad y, de otro, es un derecho social, que ampara la libertad como realidad social. Pensemos en este sentido que los últimos conflictos bélicos de trascendencia mundial han tenido a los servicios de comunicación e información como uno de los pivotes básicos a la hora de realizar diferentes estrategias de ataque o defensa.
- 3a. La norma jurídica, atendiendo al profesor Sánchez de la Torre, se debe entender como

medio de comunicación del orden jurídico, que expresa a los sujetos que participan de una situación, dónde se halla implicada su respectiva libertad, cuál ha de ser su conducta para hacer compatibles sus respectivos intereses y cuáles serán las consecuencias que el orden jurídico asegura para cada sujeto, tanto en la opción de atenerse a dicho criterio, como en la de infringirlo.

- 4a. Considerado el estado actual de la información, ésta podría describirse como una modalidad de organización del diálogo social adaptado a la situación de la sociedad, con pretensión de universalidad en una triple dirección: en sus contenidos, en relación con el tiempo y en relación con el espacio.
- 5a. Son distinguibles, desde un primer momento, el enunciado del discurso legislativo, porciones o segmentos de un documento normativo, y las composiciones significativas, normas en sentido estricto.
- 6a. La esfera social en la que se mueve el derecho es la de la intersubjetividad, en esta relación se aposenta la realidad normativa en forma de comunicación jurídica.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

- 7a. Desde una perspectiva regulativa, la norma jurídica reconoce un ámbito formal de libertad. La fórmula “prohibitiva” revierte en la licitud general de todas las opciones posibles en determinada situación, excepto la prohibida. El estilo “imperativo” restringe la licitud de las opciones en una situación determinada.
- 8a. El derecho se entiende como una construcción cultural permanente en la que ciertas formas de vida humana se asientan, gestándose y objetivándose en una interacción constante de necesidades, hechos, valores y normas.
- 9a. La norma jurídica, al ser forma de la libertad social, es determinación de signos racionales y de responsabilidad según el modo en el que la libertad responde a la llamada de algunos criterios valorativos.
- 10a. Los medios de comunicación observan una función mediadora de interacción al servir de canales transmisores de cara a la sociedad, al menos potencialmente.

7. Bibliografía

- ALVIRA R., “Filosofía política y filosofía de la comunicación”, *Revista Filosofía de la Comunicación*, Madrid, s. n., 1995.
- BALLE, F., *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*, Pamplona, EUNSA, 1983.
- BENITO, A. y XIFRA HERAS, J., voz “Información”, *Nueva Enciclopedia Jurídica*, Barcelona, Seix Barral, 1965.
- BOBBIO, N., *Teoría de la norma jurídica*, Turín, Giappichelli, 1985.
- CARRIÓ, G. R., *Notas sobre derecho y lenguaje*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1990.
- CASTÁN TOBEÑAS, J., *Derecho civil español común y foral*, Madrid, Reus, 1986.

FRANCISCO SACRISTÁN ROMERO

- , *Derechos del hombre*, Madrid, Reus, 1985,
- DELGADO OCANDO, J. M., *Consideraciones sobre los elementos semióticos del derecho*, Maracaibo, Centro de Estudios de Filosofía del Derecho LUZ-Facultad de Derecho, 1975.
- ESCARPIT, R., *Teoría general de la información y de la comunicación*, Barcelona, Icaria, 1981.
- FERRATER MORA, J., *Indagaciones sobre el lenguaje*, Madrid, Alianza Editorial, 1980.
- FOUCAULT, M., *La verdad y las formas jurídicas*, Barcelona, Seix-Barral, 1981.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J. A., *Teoría del Estado y derecho constitucional*, Madrid, Vicens-Vives, 1980.
- GOROSTIAGA, E., *Información, derechos humanos y Constitución*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y TV, 1981.
- HERNÁNDEZ GIL, A., *Obras completas*, Madrid, Espasa-Calpe, tomo VI: *Saber jurídico y lenguaje*, 1989.
- HERRIOT, P., *Introducción a la psicología del lenguaje*, Barcelona, Labor, 1977.
- LÓPEZ ARANGUREN, J. L., *La comunicación humana*, Madrid, Tecnos, 1986.
- LUMIA, G., *Principios de teoría e ideología del derecho*, Madrid, Debate, 1989.
- MARTÍNEZ-SICULUNA, C., *Legalidad-legitimidad: la teoría del poder*, Madrid, Actas, 1991.
- MOTA, I. H. de la, *Función social de la información*, Madrid, Paraninfo, 1988.
- OLIVECRONA, K., *Lenguaje jurídico y realidad*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1968.
- PAOLI, J. A., *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*, México, Trillas, 1983.
- PÉREZ GARCÍA, R., *Información y significado: hacia una teoría semántica de la información*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1991.

EL EFECTO DE LA PUBLICIDAD EN LA NORMA

- RAMOS MÉNDEZ, F., *Cómo estudiar derecho*, Barcelona, Bosch, 1991.
- RECASÉNS SICHES, L., *Tratado general de filosofía del derecho*, México, Porrúa, 1986.
- REY MORATO, J. del, *Cultura y mensaje*, Madrid, P. del Río, 1976.
- RODRÍGUEZ MOLINERO, M., *Introducción a la ciencia del derecho*, Salamanca, Librería Cervantes, 1991.
- RODRÍGUEZ-ZAPATA, J., *Sanción, promulgación y publicación de las leyes*, Madrid, Tecnos, 1987.
- RUESCH, J., *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*, Barcelona, Paidós, 1984.
- SÁNCHEZ DE LA TORRE, A., *Introducción al derecho*, Madrid, Facultad de Derecho, Universidad Complutense de Madrid, 1991.
- SÁNCHEZ DE LA TORRE, A., *El derecho en la aventura europea de la libertad*, Madrid, Reus, 1987.
- SANTAOLALLA LÓPEZ, F., "Artículo 91 de la Constitución Española", *Comentarios a las leyes políticas*, Madrid, Edersa, 1985.