



Palanca #10

Lenguaje Claro para una transparencia efectiva

Hace ya 50 años, los movimientos cívicos en EE. UU. empezaron a reclamar el derecho de los ciudadanos a entender lo que la Administración quería comunicarles. Comenzaba la lucha por el Lenguaje Claro. Desde entonces, en el mundo occidental se ha ido implementando de manera progresiva en la comunicación de gobiernos y empresas.

Podemos definir la Comunicación Clara como la transmisión de forma fácil, directa, transparente, simple y eficaz de información relevante para el ciudadano o los consumidores. La Comunicación Clara se adapta a los diferentes canales actuales (papel, móviles, ordenadores y otros dispositivos) y a sus especificidades. La Comunicación Clara mejora el acceso de los ciudadanos a la información y los servicios del Gobierno al establecer que los documentos públicos y las páginas web y de acceso a través de teléfonos móviles han de estar redactadas y diseñadas de forma clara e inequívoca. El propósito de la Comunicación Clara es incrementar la eficacia de los organismos y empresas de la Administración, así como de las empresas, promoviendo una comunicación que el público pueda entender y usar sin dificultades.

Tampoco debemos confundir lenguaje claro con una simplificación en sentido negativo ni con una actitud condescendiente hacia el receptor. Al contrario, implica claridad y precisión, eficacia comunicativa y sencillez, no pérdida de contenido.

Además, la Comunicación Clara implica un cambio de cultura comunicativa en la Administración y las compañías. El objetivo es que el ciudadano comprenda, se sienta seguro y esté en el centro de la actividad pública. Para implementarlo, es preciso contar con una metodología clara y rigurosa, que implica a buena parte de la organización.

Y es que actualmente, para millones de ciudadanos relacionarse con la administración supone un problema al no entender adecuadamente las comunicaciones que cada día reciben de las instituciones y compañías (cartas, facturas, sentencias, multas, formularios...). Y no digamos respecto a organizaciones como las entidades financieras, donde abunda “la letra pequeña”, literalmente, y contratos con un clausulado extenso y de difícil comprensión para el consumidor medio.



Pero es que, asimismo, para los emisores, la Comunicación Clara es rentable porque aumenta la confianza en las empresas e instituciones, mejora su reputación y ahorra costes derivados de una incorrecta comprensión de formularios, cartas..., máxime en decisiones que afectan a aspectos importantes de su vida.

Adoptar esta medida supondría muchas ventajas y beneficios, entre ellos:

- Disminuir la insatisfacción y la percepción de falta de transparencia en el ciudadano.
- Aumentar la confianza de las personas en las instituciones, empresas o entidades que usan Comunicación Clara.
- Mejorar la reputación de los organismos que la promueven.
- Potenciar la interacción con el ciudadano. Hacer fluido el intercambio de información en ambos sentidos entre administración y ciudadanía.
- Democratizar el acceso a la información.
- Ahorro económico: acorta el tiempo y el esfuerzo invertido en la lectura, agiliza los trámites y optimiza el tiempo de gestión, porque disminuye las dudas, quejas y consultas de los ciudadanos.
- Reducir la ansiedad provocada por la difícil comprensión de los documentos y procedimientos administrativos.
- Facilita las traducciones automáticas en internet y los sistemas de procesamiento de lenguaje (por ejemplo: lectores para invidentes).

Las instituciones, empresas y cualquier organización deben asumir que los ciudadanos tienen derecho a recibir información clara y fácil de entender. Para la Administración es un reto crear, liderar y normalizar una nueva cultura ciudadana de Comunicación Clara y está íntimamente ligado a la transparencia y la responsabilidad. Y también es un reto para las empresas quienes venden productos y servicios y adquieren con sus clientes una serie de compromisos y responsabilidades en torno a su forma de comunicación. La Comunicación Clara va más allá de la creación de documentos fáciles de entender. Supone toda una estrategia orientada hacia el cliente y forma parte de la responsabilidad social corporativa.

Asimismo, respecto al papel de los medios de comunicación para lograr una comunicación más clara, éstos no deben renunciar a la claridad en sus contenidos pese al ritmo elevadísimo de producción de noticias y al debilitamiento -y hasta desaparición- de la figura del editor. Además, la prensa debe evitar trasladar a sus lectores los eufemismos y otras fórmulas de lenguaje oscuro que, a menudo, emplean las fuentes.



Por tanto, la Comunicación Clara no solo es un derecho, sino que supone ya una obligación cuyo incumplimiento debería conllevar consecuencias legales y sociales en muchos casos.

Para que este tipo de iniciativas tengan éxito en la administración y las empresas, no basta con la voluntad aislada de un departamento. Se requiere una acción global y que sean las más altas instancias de cada organización las que impulsen estos proyectos, cuenten con profesionales cualificados para llevarlos a cabo y exijan luego su cumplimiento.

Un buen ejemplo a seguir es el del Servicio Digital del Gobierno británico (Government Digital Service), una oficina gubernamental con todo lo que se necesita para diseñar, construir y ejecutar servicios que cumplan con los estándares del gobierno. Entre estos patrones nos encontramos 18 criterios para ayudar al gobierno a crear y ejecutar buenos servicios digitales y una guía de estilo de lenguaje claro que cubre las convenciones de estilo, ortografía y gramática para aplicar a los contenidos.

Así, siguiendo este ejemplo, se propone crear una unidad mixta que vele porque todas las comunicaciones con el ciudadano antepongan al usuario siendo comprensibles y no generando dudas. Se editaría una guía de estilo de lenguaje claro con criterios de cumplimiento y aunque pueda actuar de oficio, su consulta sería preceptiva para las principales comunicaciones de servicios con el ciudadano.