

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 24 • Vol. I • Año 2024 • pp. 51-63

Comunicación judicial clara en los espacios de atención al público

María Virginia Fourcade, **Universidad Católica de Murcia (España)**
vikifourcade@gmail.com

Recibido 31/10/23 • Aceptado 02/07/24 • Publicado 26/07/24

Cómo citar este artículo: Fourcade, M. V. (2024). Comunicación judicial clara en los espacios de atención al público, *Sphera Publica*, vol. I (24), 51-63. URI: <http://hdl.handle.net/10952/7940>

Resumen

Quienes habitan el mundo de la Justicia están rodeados de procedimientos y tecnicismos. A menudo, hablan de manera compleja y confusa para quienes viven fuera de ese contexto. Quizás porque parece que corresponde a la investidura, a la solemnidad judicial, un Poder del Estado, entre otros bienintencionados motivos. Sin embargo, nada impide detener esa inercia, para mirar alrededor y, especialmente, a quien espera ser atendido. Este artículo de corte ensayístico plantea que la comunicación judicial es una responsabilidad transdisciplinaria y transorganizacional. En este marco, los espacios de atención al público pueden definir la experiencia “cero” de los justiciables y la comunicación clara se vuelve esencial para que el proceso de atención sea exitoso. Frente a una audiencia heterogénea, como la judicial, se debe hacer un esfuerzo empático y consciente de adaptación, para eliminar lo superfluo y presentar la información de manera accesible. La comunicación clara mejora la experiencia en la Justicia, aumenta la transparencia, la confianza en ella y mejora su reputación.

Palabras Clave: comunicación clara, lenguaje claro, comunicación judicial, justicia, atención al público

Clear Judicial Communication in Public Service Desks

María Virginia Fourcade, **Universidad Católica de Murcia (Spain)**
vikifourcade@gmail.com

Received 31/10/23 • Accepted 02/07/24 • Published 26/07/24

How to reference this paper: Fourcade, M. V. (2024). Comunicación judicial clara en los espacios de atención al público, *Sphera Publica*, vol. I (24), 51-63. URI: <http://hdl.handle.net/10952/7940>

Abstract

Those who inhabit the world of Justice are surrounded by procedures and technicalities. Often, they speak in a complex and confusing manner for those outside this context. This might be because it seems fitting to the investiture, the judicial solemnity, as a branch of the State, among other well-intentioned reasons. However, nothing prevents us from stopping this inertia to look around and, especially, at those who expect to be served. This article argues that judicial communication is a transdisciplinary and transorganizational responsibility. Within this framework, public service areas can define the "zero" experience of those seeking justice, and clear communication becomes essential for the service process to be successful. Faced with a heterogeneous audience, such as the judicial one, a conscious and empathetic effort must be made to adapt, to eliminate the superfluous, and to present information in an accessible manner. Clear communication improves the experience in Justice, increases transparency, trust in the system, and enhances its reputation.

Keywords: clear communication, plain language, judicial communication, justice, public service

1. Introducción

Quienes nos movemos en el mundo del Derecho y de la Administración Pública estamos rodeados de reglas, procedimientos y tecnicismos necesarios, en su mayoría, para el correcto funcionamiento de la organización. También, seguramente, hablamos de manera compleja y confusa para quienes viven contextos diferentes al nuestro. En general, no lo hacemos a propósito o por creernos superiores al resto. Quizás la razón es más inocente: nos parece que corresponde al ámbito laboral, a la investidura, a la solemnidad de la Justicia, a un Poder del Estado, entre otros bienintencionados motivos.

Sin embargo, nada de esto impide que podamos frenar la rueda que viene girando por inercia hace años, hacer una pausa y mirar alrededor. Tomar consciencia del entorno y detenernos, especialmente, en la persona que tenemos enfrente, que espera nuestra palabra o explicación.

En ese momento, estaremos volviendo más real y eficiente a ese Poder del Estado que, al fin y al cabo, no deja de ser también un servicio. Prestaremos mejor ese servicio y las consecuencias de tal decisión personal -de hacer las cosas de un modo distinto- serán positivas para esa persona y para la institución toda.

Por esta razón, con la convicción de que así será, hablamos de la comunicación clara como una expresión de una comunicación judicial integral y consciente. Como una herramienta que posibilita que la comunicación que surge de los poderes judiciales sea más controlada y responsable.

2. Metodología

En esta oportunidad compartimos un artículo de opinión de corte ensayístico cuya metodología se centra en la reflexión crítica sobre los desarrollos y cambios observados en los espacios de atención al público, a lo largo de nuestra trayectoria profesional en la Justicia. Echamos mano a situaciones específicas dentro de la institución para respaldar los argumentos, su análisis a la luz de ciertos contenidos teóricos de la que se deducen buenas prácticas observadas y aplicables en otras organizaciones similares. Este enfoque, aunque no sigue el método científico de investigación, permite identificar tendencias y evaluar el impacto de decisiones estratégicas en la eficiencia operativa de la gestión de la comunicación y el cumplimiento de los objetivos institucionales de los poderes judiciales.

3. Comunicación judicial integral y consciente

Es común escuchar que se menciona a la comunicación como la solución de muchas problemáticas, tanto personales como institucionales. En el ámbito personal, por ejemplo, las disciplinas que estudian la comunicación asertiva, el *coaching* ontológico y otras ramas, la programación neurolingüística y la psicología misma: ¿No tratan acaso sobre la gestión de la comunicación interpersonal? ¿No se trata de solucionar o prevenir crisis o problemas a partir de la gestión de nuestras relaciones? En el ámbito institucional ocurre algo similar. Cuando preguntamos a los judiciales por qué el Poder Judicial tiene una imagen pública empobrecida, la respuesta casi inmediata suele ser que existen muchos problemas de comunicación.

No es caprichoso que nos preguntemos sobre la imagen de la Justicia. Conforme al Eurobarómetro de la justicia en la Unión Europea entre población general, publicado en el sitio oficial del Poder Judicial de España (2024), un 50% de los encuestados califica el sistema de justicia como “bastante malo o muy malo”, en términos de la independencia de los tribunales. Además, entre el 50 y 70% considera que las razones son la “interferencia o presión por parte del gobierno y los políticos” así como por “intereses económicos u otros intereses específicos”. En los países latinoamericanos esta crisis es aún más profunda, junto con la caída reputacional de otras instituciones gubernamentales.

Dicho esto, volvemos a la respuesta que deposita en la gestión de la comunicación la responsabilidad de la mala imagen de lo judicial. Pues, creemos que es por varios motivos correcta. Seguramente, alguna oportuna intervención en la manera en la que la Justicia se comunica con su entorno colaborará a mejorar su imagen y a fortalecer la confianza pública debilitada.

Aunque, también, tal como pasa en lo personal, frente a una situación problemática coexisten concausas y variables que pueden ser más o menos manejables por nosotros o por la institución, en este caso. Una tarea clave para los poderes judiciales será, entonces, identificar cuáles de estas variables pueden ser intervenidas y en qué aspectos de la comunicación podemos colaborar, en pos de una solución eficiente y sostenible en el tiempo.

¿La Justicia comunica sólo por las sentencias?

Un viejo dicho expresa: “El juez solo habla por sus sentencias”. Mal que les pese a muchos miembros de la magistratura, ese proverbio ya no debería tener vigencia. En los escenarios en los que personas e instituciones se desenvuelven actualmente, debemos considerar seriamente que los poderes judiciales comunican con sus acciones, además que con sus dichos.

Por supuesto que cuenta lo que dice: sus resoluciones, por ejemplo. Pero también, cuenta lo que hace: sus formas de relacionarse con las partes durante los procesos o con sus propios empleados, entre otras interacciones. Todas las expresiones de los poderes judiciales confluyen en un “aura organizacional” que es percibido por los diferentes públicos. Costa (2005) instauró la idea de que “la comunicación es acción y la acción es comunicación”. Desde esta visión sistémica y global, que abarca el adentro y el afuera de la entidad, sostenemos que existe una responsabilidad transdisciplinaria y transorganizacional de la comunicación institucional, en este caso, judicial.

Transdisciplinaria, porque puede resultar de decisiones y acciones que no necesariamente son propias de un comunicador o de su exclusiva responsabilidad (aunque sí deberían coordinarse desde la disciplina). Se amplía el campo profesional. No solo se hace cargo de la comunicación el vocero de la institución o la oficina de Prensa que hace gacetillas o partes para los medios.

Por otro lado, es transorganizacional porque la comunicación institucional aparece como una responsabilidad compartida de todas las personas que integran la organización. En este sentido, también Costa (2022) ha expresado la importancia de hacer las cosas bien y, luego, comunicarlas mejor. Coherencia entre lo dicho y lo hecho.

Hablamos de comunicación judicial integral, entonces, porque abarca el comportamiento global de toda la organización como tal y de cada uno de sus integrantes, entre sí y en su relación con la ciudadanía.

¿Por qué hablamos de comunicación consciente?

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE), una persona “consciente” es aquella “que tiene conocimiento de algo o se da cuenta de ello, especialmente de los propios actos y sus consecuencias.”

La comunicación judicial consciente implica, entonces, que la organización debe tener conocimiento de sus propios actos y, especialmente, de sus consecuencias. Implica la gestión de la comunicación responsable e integral: responsable en cuanto a sus consecuencias e integral en cuanto a sus actores y escenarios.

En síntesis, a partir de la toma de conciencia de que la comunicación es acción y viceversa, y de que nuestras acciones tienen sus consecuencias también, asumimos la existencia de una huella experiencial que ya no se puede ignorar.

Por tanto, lo que el Poder Judicial exprese sobre sí mismo, en una sentencia, en la prensa o por sus canales oficiales de comunicación, nunca podrá reemplazar o borrar la experiencia que las personas viven o perciben cuando se relacionan con él e interactúan con sus integrantes.

¿Qué es el aura organizacional del poder judicial?

La RAE define “aura” como un “halo que algunos dicen percibir alrededor de determinados cuerpos y del que dan diversas interpretaciones”. Eso mismo consideramos que las personas perciben alrededor de las organizaciones (Fourcade, 2022).

Hasta aquí, hemos visto que los poderes judiciales comunican todo el tiempo, voluntaria e involuntariamente. Coexisten mensajes planificados con otros miles que están fuera del control, como los que surgen de esas acciones, decisiones y relaciones de cada persona que integra la organización realiza en su ámbito funcional y, aún, personal, como veremos. Esos millones de mensajes, simultáneos, en un enredo de idas y vueltas, mensajes verbales y no verbales, coexisten en una especie de aura que rodea la organización.

Para que la percepción de ese aura, esa huella experiencial que mencionamos antes, sea positiva y sostenible en el tiempo, debe existir coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Esto es clave, siempre. La coherencia es la medida de la reputación de cualquier organización, incluso de los poderes judiciales.

Este halo percibido por la ciudadanía se forma a partir de lo que se genera constante y simultáneamente en cada una de sus dimensiones, a saber:

- Dimensión personal: quienes integran una organización, con sus realidades y contextos, comunican en su nombre.
- Dimensión funcional / jurisdiccional: el ejercicio de la función jurisdiccional o administrativa comunica, especialmente, respecto del “cómo” se presta el servicio.

- Dimensión institucional o del comportamiento global de la organización: la adopción de políticas específicas que se ejecutan diariamente, también comunica.

Si estas tres dimensiones trabajan de manera coherente y generan experiencias positivas, la imagen pública del Poder Judicial se fortalece. Por ejemplo, respectivamente, un juez íntegro y con un trato accesible con las personas, que dirige un proceso judicial eficiente y transparente, bajo políticas claras, accesibles y con mecanismos de control.

Esta clasificación de dimensiones en las que se producen actos comunicacionales sirve para definir los espacios de estudio e intervención, para la optimización de la comunicación judicial.

Sin duda, y acercándonos más al tema que nos convoca, la clarificación del lenguaje aparece como una herramienta multidimensional, aplicable en las tres dimensiones mencionadas. Por un lado, será una muestra de la calidad personal de quienes atienden, conforme su empatía y vocación de servicio; deberá aplicarse sistemáticamente en el cumplimiento de su función y como consecuencia de una política institucional definida por la cúspide de la organización, como expresión de una comunicación judicial consciente.

4. ¿Qué entendemos por espacios de atención al público?

Cabe destacar, como aclaración previa a continuar con el desarrollo que, si bien las relaciones con los medios de comunicación de masas y con periodistas es crucial para la llegada al público externo, no las abordaremos en el presente trabajo. Estos profesionales son una porción calificada de público externo que cumple la función de puente entre lo que sucede (lo que se dice y se hace) en la Justicia y el resto de las personas que, en su mayoría, no participa de manera directa en el proceso.

En esta oportunidad vamos a centrarnos en las relaciones con la ciudadanía en general, y con los justiciables (personas usuarias del servicio de justicia), en particular, desde los espacios de atención al público. Entendemos, a los fines de este artículo, que pueden considerarse "espacios de atención al público" aquellas dependencias judiciales que pueden tener trato directo con la ciudadanía. Lugares en donde la atención sea presencial, sin perjuicio de que puedan utilizarse recursos tecnológicos, aún remotos, para efficientizar los servicios. A saber:

- Oficinas de recepción y atención al ciudadano: para consultas generales y orientación sobre trámites judiciales.

- Mesas de entrada o ventanillas de servicios judiciales: para la recepción y entrega de documentos relacionados con casos judiciales.
- Salas de audiencias: donde se llevan a cabo audiencias públicas y privadas.
- Despachos judiciales: oficinas donde se reciben a las partes para discutir casos.
- Centros de mediación o conciliación: para procesos alternativos de resolución de conflictos.

En ese orden de ideas, destacamos el importante rol que juegan, justamente, estas dependencias. Colaboran con buena parte de la formación de la imagen pública de la Justicia, pues su quehacer impacta directamente en la impresión y experiencia de las personas con las que se relacionan. Esta huella es más profunda cuando se trata de la primera experiencia, la experiencia “cero”. Tal como reza el dicho popular: “La primera impresión es lo que cuenta”.

5. La comunicación judicial en la atención al público

Ya no podemos sostener una concepción instrumental del proceso comunicativo, ligada al tradicional esquema de emisor-mensaje-receptor. La comunicación ya no debería gestionarse unidireccionalmente, como dardos que se lanzan a una diana (audiencia). Actualmente, se entiende que la comunicación es un proceso complejo y multidireccional, que implica tanto la emisión como la recepción de información de forma fluida, activa y productiva.

Desde esta concepción, nos sumamos a la corriente que avanza más allá del lenguaje claro y coincidimos con Montolío y Tascón (2020) en que, actualmente, la complejidad y difusión global de la información y el conocimiento, el desarrollo creciente de vídeos, imágenes y la posibilidad de que cualquier persona pueda publicar en las redes sociales o en internet, hace necesaria la ampliación de las técnicas de lenguaje claro para abrazar un concepto más interdisciplinar y ajustado a las demandas y necesidades contemporáneas de la ciudadanía, esto es: la comunicación clara.

En el mismo sentido, consideramos que la comunicación involucra códigos no verbales, particularmente en la comunicación oral, que es el que predomina en la atención al público presencial, donde utilizamos gestos, movimientos y miradas para complementar el mensaje que queremos transmitir.

Carretero González (2019) trata especialmente la comunicación jurídica oral no verbal. En sus apartados explica que este tipo de comunicación incluye la mirada, la vestimenta, los gestos y otros aspectos que van más allá de las palabras empleadas.

Bien lo resume Altamirano (2023) cuando expresa que la comunicación clara, así entendida, “intenta tomar en consideración todos los aspectos involucrados en la producción del sentido; puesto que cualquier elemento que quede librado al azar puede generar malentendidos o interpretaciones aberrantes”.

Todo este tipo de expresiones pueden pasar desapercibidas a la conciencia de nuestros interlocutores, pero con seguridad colaboran en clarificar los mensajes y expresiones jurídicas. Esto es así porque les agrega, simultáneamente, otros elementos por fuera de las palabras que denotan determinadas intenciones, contextos, sensaciones y emociones coherentes con el objetivo final del proceso comunicativo.

¿Informar equivale a atender?

Desde el inicio aludimos a espacios de atención al público y no de mesa de informes. Informar y atender son acciones distintas y requieren competencias distintas. Informar implica proporcionar información correcta, actualizada, pertinente y útil al usuario. Cuando además de brindar información decidimos, también, atender a esas personas el enfoque principal cambia: pasa de solo decir a escuchar y a hacer.

Escuchar activamente, comprender su situación particular y brindarle una respuesta personalizada, empática y adecuada a sus circunstancias, es “atender”.

Informar y atender son dos acciones distintas pero complementarias. La primera está más relacionada con el “qué” y la otra con el “cómo”. De estas dos variables, depende en gran medida el desempeño de quienes se desempeñan en los espacios de atención al público. En el afán de atender, y no de solo brindar información, es que la incorporación de recursos de clarificación del lenguaje se torna una herramienta esencial para que el proceso de comunicación sea exitoso.

Esto no significa que no puedan utilizarse construcciones más complejas o términos más técnicos en ningún momento. Debe analizarse el contexto institucional en el que se actúa y en el que se desarrolla el acto de comunicación. Es necesario aprender a desenvolverse entre ámbitos variados y frente a destinatarios con diferentes destrezas comunicativas, diversos grados de formación académica, o con disciplinas de estudio fuera de lo jurídico.

Entonces, frente a la audiencia tan heterogénea y diversa que tienen los poderes judiciales, quienes trabajan en atención al público deben realizar un esfuerzo de adaptación de la información y del modo de comunicar, para lograr el cumplimiento efectivo de los objetivos de la consulta o requerimiento. Gestionar el “qué” y el “cómo”.

¿Sabemos qué comunicar?

Para atender adecuadamente al público debemos manejar muy bien la materia de que se trata, saber el proceso que sigue cada asunto, cuáles son las consultas posibles y cuáles las respuestas correctas. Hay que conocer bien la organización y las tareas que realizan otras dependencias para derivar responsablemente, si correspondiera.

Para esto es muy importante definir políticas serias de capacitación del personal judicial que asumirá tal función, pues son responsables de generar esa huella experiencial que marcará fuertemente la impresión que se forjen los justiciables tanto de la organización como de su funcionamiento.

Además de la capacitación y el conocimiento previo, para que el aporte al aura organizacional sea positivo y sostenible, debe estar a disposición algún repositorio o base accesible con la información correcta, actualizada, pertinente y útil para los usuarios. Para esto existen herramientas tecnológicas a las que echar mano para sistematizar la información y que sea fácilmente recuperable.

Ahora bien, para cumplir la consigna de atender y no de solo informar, debemos prestar debida atención a “cómo” brindamos el contenido requerido por el usuario.

¿Cómo comunicamos?

Tal contenido, al ser de naturaleza judicial o administrativa, seguramente tiene cierta complejidad y tecnicismo. El personal judicial de atención al público podría optar por transmitirlo directamente, sin hacer ningún tipo de adaptación, independientemente de quién recibe esa información o sin considerar el contexto en que la persona realiza la consulta.

Por el contrario, también podría decidir realizar un esfuerzo para lograr una comunicación efectiva y útil para quien consulta. Decimos esfuerzo porque, paradójicamente, es difícil hacerlo fácil. Muchas veces tendemos a complicar las cosas y añadir información innecesaria o detalles que dificultan la comprensión de personas ajenas a la institución.

Simplificar y comunicar ideas de manera clara y concisa requiere un trabajo consciente de abstracción y síntesis, para eliminar lo superfluo y presentar la información de manera más accesible y comprensible para el receptor. Hacerlo simple puede ser un desafío, pero es esencial para comunicar de forma efectiva.

6. ¿Cómo aplicamos la comunicación clara en la atención al público?

La comunicación clara es una herramienta multidimensional y supone sensibilizar, estandarizar y generalizar la práctica transversalmente en todo el poder judicial. Supone un trabajo interno de concientización y formación particular. Especialmente, para alejar los fantasmas de que incorporar claridad a la actividad judicial supone una desvalorización de los contenidos o la eliminación del tratamiento de cuestiones técnicas. Por el contrario, las herramientas de clarificación del lenguaje están vinculadas con la efectividad de los mensajes y el fin es enriquecerlos, justamente, no empobrecerlos.

Trabajar esta técnica de manera correcta, y por ende responsablemente, requiere una capacidad de abstracción que se adquiere una vez comprendido completamente el fenómeno de que se trate y se cuente con la formación suficiente.

A nivel práctico, por un lado, resulta primordial atender a cómo ordenamos las ideas que vamos a decir, qué palabras elegimos para expresarlas y cómo ordenamos esas palabras. Por otro lado, en la faz de competencias blandas, la empatía es clave para lograr comprender la necesidad del usuario y asegurar buenos resultados en la atención.

Son aplicables a la atención presencial oral las sugerencias que los expertos y promotores del lenguaje claro realizan para los textos escritos. Entre ellos, Altamirano (2023) señala que, también en la expresión oral, “es importante usar construcciones sintácticas muy breves. Que las oraciones no superen las diez o quince palabras. Esto permite que el público comprenda en forma paulatina cada idea de la exposición y no reciba más información de la que puede procesar en tiempo real”.

Podemos, escuetamente, agregar que es importante conectar las ideas de manera lógica, en una secuencia cronológica, por ejemplo, como un cuento. Siempre es bueno preguntarse si es posible decir lo mismo con menos palabras y evitar el uso de términos técnicos o en otros idiomas (latín o inglés es común usar en la jerga) y, si no hubiere alternativa, enseguida explicar brevemente su significado.

Además, por fuera de las palabras, aconsejamos incorporar otros recursos que complementen la atención al público. Folletería, cartelería, códigos qr que dirijan a páginas web con información y tutoriales, *chatbots*, entre otros.

7. Conclusiones

La comunicación clara en los poderes judiciales implica la generación de contenido jurídico o judicial comprensible para un público diverso (para que nadie quede fuera), compatible con una amplia variedad de canales (físicos y digitales) y que involucra comunicación escrita, oral, visual, remota y presencial. Esta definición involucra considerar la planificación seria del qué y del cómo comunicar, transversalmente en toda la organización y, especialmente, en los espacios que tienen contacto directo con la ciudadanía.

El personal de atención al público asume la responsabilidad de la primera impresión, el deber de escuchar, de contener y de orientar a un público muy diverso e impredecible, en comparación con otras oficinas judiciales. Como dijimos, aquí se define la experiencia cero de muchas personas que acuden a la Justicia, por lo que su quehacer impacta directamente en ellos y en su percepción del servicio de manera contundente.

En esta odisea de clarificar la comunicación y hacerla más cercana e inclusiva, la creatividad solo tiene el límite de la legalidad y el ejercicio efectivo del derecho de defensa de las partes. Solo hace falta animarse a salirse del modelo establecido, pensar fuera de la caja y mucha empatía.

La comunicación clara en los espacios de atención al público es expresión de una comunicación judicial integral y consciente. Se traduce en una vivencia positiva de usuarios y justiciables; convierte momentos de estrés y angustia, o por lo menos de incertidumbre, en buenas experiencias y colabora con el rol pacificador en el Estado de Derecho. Como consecuencia, colabora en la construcción de una mejor imagen pública de la Justicia, aumenta su transparencia, la confianza en ella y mejora su reputación.

8. Bibliografía

Altamirano, L. (2023). Lenguaje claro y discurso jurídico: Conceptos y herramientas para la administración de justicia. 1a ed. Córdoba: Toledo Libros Jurídicos.

- Altamirano, L. (2023). "Oralidad, una destreza que puede (y debe) desarrollarse", en diario Comercio y Justicia, 9/10/23. Recuperado de <https://comercioyjusticia.info/profesionales/oralidad-una-destreza-que-puede-y-debe-desarrollarse/>
- Carretero González, C. (2019). Comunicación para juristas. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Costa, J. (2005). De la comunicación integrada al Director de Comunicación. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (91), 56-63. ISSN: 1390-1079. Recuperado 18/1/2011 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057422009>
- Costa, J. (2022). Prólogo. En Fourcade, María Virginia. Aportes para una comunicación judicial integral: Un modelo de gestión enfocado en la intervención cultural y multidimensional de la organización. (pp. 13-16). 1a ed. Córdoba: Advocatus.
- Fourcade, M. V. (2022). Aportes para una comunicación judicial integral: Un modelo de gestión enfocado en la intervención cultural y multidimensional de la organización. 1a ed. Córdoba: Advocatus.
- Montolío, E. y Tascón, M. (2020). El derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía. Madrid: Prodigioso Volcán – Los Libros de la Catarata.
- Montolío, E. y Tascón, M. (2020). El derecho a entender: Guía de Comunicación Clara. Prodigioso Volcán. <https://comunicacionclara.com/docs/guia-comunicacion-clara-prodigioso-volcan.pdf>
- Poder Judicial de España. (2024). *Eurobarómetro de Justicia de la Unión Europea. Población general. España*. Recuperado de <https://www.poderjudicial.es/stfls/ESTADISTICA/FICHEROS/EUROBAROMETRO/Eurobarometro%20de%20Justicia%20de%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea.%20Poblaci%C3%B3n%20general.%20Espa%C3%B1a%20-%20A%C3%B1o%202024.pdf>
- Real Academia Española. (s.f.). Aura. En Diccionario de la lengua española 23.a ed., [versión 23.5 en línea]. Recuperado en 29/10/2023, <https://dle.rae.es/aura>.
- Real Academia Española. (s.f.). Consciente. En Diccionario de la lengua española 23.a ed., [versión 23.5 en línea]. Recuperado en 29/10/2023, <https://dle.rae.es/consciente>.