

la publicidad

jurídica

como forma de

acceso a

la información

José Roberto Arze
(Resumen de la ponencia)

Tres paradojas.

Hace pocos días, a raíz de la presentación del último libro del Prof. Fernando Arteaga, me permití señalar tres paradojas:

La primera paradoja es que, reconociendo de palabra, la avidez informativa de nuestra época, se ha perdido buena parte de la "transparencia" de la información que era costumbre en épocas pretéritas, por lo menos en nuestro país, especialmente en relación con los actos gubernamentales.

La segunda paradoja es que vivimos en la sociedad de la información, pero que la información se ha encarecido de manera insospechada, especialmente en Europa, Estados Unidos y otros mercados, y que los precios de libros y revistas (reales o virtuales, impresas o electrónicas) que importamos de esos países no tienen proporción con la aguda miseria de los nuestros.

Y la tercera paradoja, es que, "reconociendo de palabra" la importancia vital y cotidiana de la información, los presupuestos de nuestras unidades de información se han reducido en forma criminal, sin permitir la actualización de nuestros repositorios

Ámbito de esta ponencia.

La ponencia se refiere a la primera paradoja la publicidad jurídica como garantía de acceso a la información y el papel que tendrían que desempeñar las biblioteca o, al menos, algunas bibliotecas.

El tema de parece de interés común de por lo menos tres profesiones: los juristas, los administradores públicos y los bibliotecarios.

Concepto de publicidad y sus manifestaciones.

Como se advierte, aquí no nos referimos a la publicidad comercial, como mecanismo de promoción de ventas de bienes o servicios. Se trata de algo más importante y trascendente: se trata de encontrar y perfeccionar los mecanismos que puedan garantizar el cumplimiento del artículo 19 de la *Declaración universal de los derechos humanos*, que textualmente dice: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". (El subrayado es mío).

En la práctica es frecuente recoger de este enunciado solamente el aspecto de su difusión y olvidar el del acceso.

Entendemos por *publicidad jurídica* las normas y mecanismos mediante los cuales el estado hace públicas u obliga a hacer públicas ciertas informaciones y garantiza el acceso fluido a ellas a cualquier ciudadano.

Formas y niveles de la publicidad.

La publicidad jurídica se mueve entre dos extremos: el de la confidencialidad de la información y el de su difusión masiva. A estos niveles corresponden algunas formas principales.

El nivel más restringido (y que lo recogemos sólo porque se relaciona *por contrario senso* con la publicidad es justamente el de la confidencialidad. En este nivel no hay propiamente publicidad, sino (en el mejor de los casos) la información de que se ha producido cierta información de uso reservado.

El acceso a esta información no es masivo, sino restrictivo y habitualmente

sujeto a dos condiciones: la demostración de interés jurídico del solicitante y la orden de autoridad competente.

La institución del *habeas data* muy ligada a esta modalidad no es precisamente una garantía de publicidad.

Un nivel más alto es el de la existencia de la información a la que se puede acceder mediante solicitud oral o escrita. Este es el nivel típico de los registros: de personas naturales (registro civil), personas jurídicas (registro de sociedades comerciales y otros parecidos), registros de bienes y derechos reales (inmuebles, vehículos, etc.); registro de derechos intelectuales (propiedad industrial, literaria, científica, artística, etc), registro de actos y documentos jurídicos (notarías).

Su característica es que esta información "reposa" en los archivos, pero que éstos son (o deberían ser) accesibles a su consulta, cuando menos, y en algunos casos a su reproducción por cualquier persona. El nivel más alto, es el de la difusión pública y masiva de la información, o sea la publicación de ella propiamente dicha.

Es, por ejemplo, el de la publicidad de las leyes) no debería haber leyes ni decretos "reservados"), de los convenios internacionales, de los más importantes contratos con el estado, de los actos, ingresos y egresos de las oficinas públicas; los fallos judiciales supremos; los debates parlamentarios, etc. La paradoja que señalábamos en nuestro comentario se refería justamente a este nivel, que además es el más cercano para el bibliotecario. Transcribimos textualmente.

"Hasta la década de 1940, más o menos, todo Ministerio y oficina pública editaba su *Memoria* anual y su rendición de cuentas y la distribuía gratuitamente en bibliotecas y centros informativos; hasta la década del '60 no había "decretos reservados"; la *Gaceta oficial* (que sigue siendo semanal, cuando en casi en todas partes es diaria) se distribuía y adquiría

con fluidez; los tratados y convenios internacionales y los contratos con el estado y las corporaciones públicas eran de conocimiento general y no secretos de estado o documentos confidenciales de las empresas; la Cuenta general de la nación salía regularmente; etc.

Hoy, a pesar de las condiciones favorables del internet, se publica mucha bazofia y poca información sustantiva importante. No pocas publicaciones oficiales son más de decoro y vanidad y aun así nuestras principales bibliotecas locales casi no las reciben".

Además de los actos gubernamentales, está la difusión o publicidad de ciertas informaciones privadas: las memorias de las instituciones financieras (bancos, seguros, fondos de pensiones), las de las sociedades anónimas, etc.

Formas de burlar la publicidad.

Hay varias formas de evadir o burlar la publicidad a que nos referimos. Señalaré tres principales:

- a) la "demora" provocada en publicar o proporcionar la información;
- b) la exigencia innecesaria de demostrar interés jurídico (la pregunta "¿para qué quiere esto?")
- c) las exigencias innecesarias y onerosas a veces, siendo necesarias, excesivas.

Relaciones con la profesión bibliotecaria.

Las bibliotecas puede jugar un papel muy gran en ayudar a que se cumpla la "transparencia" de información, por lo menos mediante tres mecanismos: crear una sección destinada a acopiar este tipo de información, en relación con su especialidad; organizar su difusión masiva y selectivas (desde la elaboración de índices hasta las alertas informativas) y presionando al gobierno y las instituciones para que les hagan llegar en las condiciones más ventajosas posibles, esta documentación e información, ya sea en