

RECONFIGURANDO LOS PODERES JUDICIALES DESDE LA COMUNICACIÓN

Eje temático: Comunicación, Cooperación, Equipos y Empatías.

Autora de la ponencia: .”, **Mgter. Gabriela Campana Domínguez.** Consejera Académica de la Escuela de Especialización para Magistrados y Funcionarios y Capacitación para el Personal Judicial Dr. Juan Crisóstomo Lafinur” del Poder Judicial de San Luis.

Objetivos: - Invita a crear espacios de articulación, mediación y capacitación incorporando- tanto como en el tratamiento de la comunicación en sus dinámicas como en la capacitación sobre la misma- a la comunicación como uno de los tópicos de relevancia e importancia para una reconfiguración deseada.

- Propone organizar y gestionar la información y su dinámica en las Escuelas Judiciales desde la articulación. En estos tiempos de cambios en la dinámica jurídica, donde se suma a pleno la tecnología y donde el caudal de información causa desinformación, se propone incorporar a la comunicación como una ciencia y abordarla desde sus múltiples dimensiones a fin de crear espacios de articulación entre los actores judiciales para ordenar y construir de sentido la información y la circulación de esa información.

-Acompañar a las Escuelas judiciales, desde su filosofía (visión-misión-identidad) para reconfigurar sus nuevas dinámicas despertando el sentido de pertenencia acompañada del trabajo en equipo, cooperación y empatía provocando así, el resultado deseado con un cambio profundo y mancomunado desde el consenso.

1 ¿Contextualizando la reconfiguración de los poderes judiciales?

Visto que, desde la mirada jurídica, resulta necesario evidenciar que debido a los cambios sociales, el derecho se encuentra obligado a cambiar para adaptarse a las distintas necesidades de la sociedad dinámica por la que adquiere su sentido.

“...la crisis del derecho moderno está inextricablemente ligada a la insuficiencia del modelo de racionalidad empleado por el derecho, un modelo que corresponde a necesidades funcionales de una sociedad distinta de ésta en la que vive el hombre contemporáneo y que exige mecanismos nuevos, mecanismos reflexivos de resolución de conflictos” (Morales de Setién, 2000, p.18 y19).

Y visto que, en la actualidad con la incorporación de la tecnología; la digitalización y el procesamiento de bases de datos legales y las redes sociales donde las instituciones judiciales han sido beneficiadas en mejorar las necesidades e innovación de los servicios jurídicos: lo que evidentemente, conlleva a ventajas para todos los operadores que hacen uso de estas soluciones disponibles. Esto exhorta a los poderes judiciales a incorporarse a nuevos mecanismos de trabajo.

“...es dable destacar que estos avances y nuevas introducciones tecnológicas en el sistema judicial, no significa echar por tierra las formas de trabajo de tiempos anteriores, sino simplemente perfeccionar y adecuar el sistema a las nuevas realidades y desenvolvimiento del mercado que hoy transitamos para brindar un mejor servicio de justicia a la sociedad.” (COOKE, 2020).

2. ¿Cómo abordar desde la comunicación la reconfiguración de los poderes judiciales?

Considerando que la comunicación es la base el motor para hacer funcionar cualquier dinámica, para crear conocimiento, creencias, ideologías, educar, modificar comportamientos, una actitud o adhesiones a una idea.

Entendiendo que la comunicación es una ciencia que atraviesa todas nuestras prácticas sociales y que es el espacio relacionante de la diversidad sociocultural se comprende entonces, que esta atraviesa a la organización... porque es su forma de relación, la manera en que cada organización trata con sus miembros-los actores judiciales-, se vincula con la sociedad y con las otras instituciones con las que interactúa” (Massoni, 2007).

Depende de esta ciencia la construcción de las relaciones y vínculos que podamos tener y no tan solo en su construcción sino también de esta ciencia depende la calidad de esas relaciones y el resultado de lo que se quiere obtener.

Las instituciones son creadas para lograr un bien común mediante acciones logradas a través de diversos recursos. Es por ello, que se hace necesario la construcción de sentido de la información con la que se trabaja. También es necesario ordenarla y atender su circulación. Esto debe ser establecido desde quienes la gestionan.

“Las organizaciones son instituciones sociales de significado. (...) Las organizaciones se consideran como orientadas hacia un fin, creadas y estructuradas para lograr eficiencia en el uso de recursos. Están fundadas en la razón y basadas en la información en la línea en que se han tomado las decisiones. (...) Se establecen reglas para guiar las acciones de aquellos que trabajan en la organización (los “miembros”).”(Middleton,1981. p. 39)

La comunicación en las instituciones origina relaciones y produce efectos de acuerdo a la información que se comparte a través de un acto comunicativo lo que crea opinión pública y construye una imagen. *“La comunicación sirve a estas funciones sociales como un proceso que produce determinados efectos. Este proceso incluye, a nivel ínfimo, una relación en la cual la información se comparte a través de un acto de comunicación (...).”* (Middleton,1981, p 33).

Es importante visibilizar dos aspectos relevantes para contar con una idea generalizada y comprender la comunicación en las instituciones y sus efectos. Tal como lo explica Middleton (1981), la información es el componente central del proceso de la comunicación. *“La información es algo que influye sobre el nivel de certeza que tiene una persona en una situación”*. El otro aspecto es la relación en la comunicación, el propósito de la relación, tienen efectos sobre la naturaleza del proceso de la comunicación, es decir el objetivo de la misma.

Desde esta mirada y la de Grimson (2001) *“Comunicar es poner en común, entonces cualquier proceso comunicativo presupone, simultáneamente,*

la existencia y la producción de un código compartido y de una diferencia”. Es decir que, “hay cosas que hacen sentido para determinadas culturas y ni siquiera se constituyen significantes para otras (...) hay signos que hacen sentido de diferentes grupos y sociedades, pero de maneras distintas no opuesta”. (p.55). Esta teoría demuestra la necesidad de crear espacios de encuentro y articulación para dar a conocer, explicar y ponernos de acuerdo.

Porque la comunicación efectiva se produce cuando nos entendemos, cuando tenemos un punto de encuentro y compartimos el mismo concepto, la misma significancia, la misma simbología.

Para que esta puesta en común se lleve a cabo desde las organizaciones necesitamos una estrategia. Estoy convencida que, para poder encontrarnos con la sociedad primero debemos encontrarnos nosotros los actores judiciales y la institución el Poder Judicial -” primero en casa”- esto corresponde a eficientizar y efectivizar la comunicación interna. Trabajar en ello sería el primer paso.

Estamos acostumbrados a trabajar una sola dimensión de la comunicación que es la informativa, pero hay muchas otras. Por ejemplo, la ideológica, la interaccional, la del encuentro sociocultural. Operar con estas nuevas sería una propuesta.

A partir de esta reconceptualización que se pretende, se plantea un lugar de encuentro sociocultural con sus tres ejes: lo fluido, la complejidad y lo situacional, tal como lo define la autora Sandra Massoni (2007).

El diseño de estrategias de comunicación no es un plan, una fórmula a aplicar, sino un conjunto de dispositivos que mejoran la oportunidad de contacto con el otro. Tenemos, básicamente, que poder ponernos en el lugar del otro para reconocerlo. Sólo así podremos convocar a participar. (Massoni, 2007).

3. Consideraciones finales: Una propuesta estratégica.

La comunicación está íntimamente vinculada a la calidad de las prácticas institucionales y a su coherencia con los objetivos, metas de la

organización, voluntades de diálogo y participación de sus miembros. La decisión sobre este componente se ubica en el nivel directivo ya que su aprovechamiento es el motor de la transformación institucional. No puede ser una responsabilidad sólo de los especialistas en comunicación. (Massoni, 2007).

Desde la mirada del considerando y la del párrafo anterior se propone crear espacios de encuentros que sean convocados por las autoridades de la institución dirigida a los grupos objetivos en esta puesta en marcha de reconfigurar dinámicas en los poderes judiciales y con la participación activa de un especialista en comunicación. Este recurso lograría un punto de encuentro donde todos tendrían la oportunidad de expresarse y conocer los proyectos, actividades, decisiones y las políticas de gestión que conducen el organismo. También se lograría comunicar lo pretendido asegurándose la recepción e interpretación del mensaje emitido (información y su valor). Llevar a cabo esta acción permitiría cumplir con los nuevos paradigmas de la comunicación; encontrar los mismos sentidos en las diferentes convergencias.

Lo que se intenta poner en común además de la información pertinente, son los sentimientos de trabajo en equipo, empatía y cooperación. Hacer emerger estos sentimientos hace que más allá de integrar un grupo, implique todo un sentido de pertenencia e identidad; la generación de vínculos afectivos, la adopción de normas y hábitos compartidos, un sentimiento de solidaridad con el resto de los miembros. El autor Edgar Morín (2001) dice que “la identidad es un modo de ser uno que es a la vez un modo de cambiar conservando la unidad... Componentes míos que yo siento que soy. Aquello de lo que me siento parte” (p.4). Entonces, se puede decir que lo que se pretende es que los actores judiciales encuentren un interés en común, dentro de su ámbito laboral, que los identifique, que los haga parte de querer lo mismo y defenderlo, en este caso “reconfigurar” en equipo desde el consenso. Cuando la persona comienza a sentir, crea un sentimiento positivo por algo o por alguien y eso genera otros sentimientos positivos como la empatía, la solidaridad, la cooperación y todos estos valores confluyen en un trabajo en equipo con resultados deseados. (Campana Domínguez y Lucero Barzola, 2018)

La comunicación estratégica es entonces ante todo una invitación a repensar las formas de pensamiento y de acción comunicacional hoy dominantes. Es esta una perspectiva abierta a la multidimensionalidad propia del fenómeno de la comunicación. (Massoni, 2007)

En una estrategia de comunicación, la comunicación no es un objeto de eficiencia, sino el espacio de crisis de las tensiones presentes en una situación dada. Por eso cabe recordar para este desplazamiento que una estrategia de comunicación es la definición de un escenario para convocar a la acción de los actores relacionados con la solución del planteo.

Es por ello que, lo planteado propone la creación de espacios de articulación, mediación y capacitación incorporando- tanto como en el tratamiento de la comunicación en sus dinámicas como en la capacitación sobre la misma- a la comunicación como uno de los tópicos de relevancia e importancia para una reconfiguración deseada.

Referencias

CAMPANA DOMINGUEZ, G (2023). Consciencia Comunicacional: Un aporte sobre comunicación judicial, estratégica, institucional, pública y responsable. Editorial: Eliva Press

-CAMPANA DOMÍNGUEZ, G.- LUCERO BARZOLA, S. (2018) Sobre Comunicación Estratégica en el marco del Poder Judicial. La relación de los aportes de la comunicación estratégica / la planificación a las políticas públicas. Políticas Públicas y Comunicación: Una Cuestión Estratégica
Compiladores: Sandra Massoni - Washington Uranga - Verónica Longo.
Editorial: 2016 Nueva Editorial Universitaria.
<https://docplayer.es/124431420-Politicasycomunicacion-unacuestionestrategica-compileadores-sandramassoni-washingtonuranga-veronicalongo.html>

-- COOKE, E (2020) La digitalización en el Poder Judicial: el anticipo de la despapelización definitiva- www.saij.gob.ar Id SAIJ:DACF200139
<http://www.saij.gob.ar/ezequiel-cooke->

[digitalizacion-poder-judicial-anticipo-despapelizacion-definitiva-dacf200139-2020-07-03/123456789-0abc-defg9310-02fcanirtcod?q=fecha-](https://www.gub.uy/digitalizacion-poder-judicial-anticipo-despapelizacion-definitiva-dacf200139-2020-07-03/123456789-0abc-defg9310-02fcanirtcod?q=fecha-)

- GRIMSON, A (2001) Interculturalidad y comunicación. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Capítulo 2 –Dimensiones de la Comunicación. Santa Fe. Ed. Norma.

-MASSONI, S., (2007). Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. Argentina. Homo Sapiens. Ed. Rosario.

-MIDDLETON, J. (1981). Enfoques sobre la planificación de la comunicación. Ciespal-Unesco, Quito.

-MORALES DE SETIÉN, C (2000) La Racionalidad Jurídica en crisis: Pierre Bourdieu y Gunther Teubner, en: La Fuerza del derecho. Bogotá. Siglo del Hombre Editores.

-WEIL, P. (1992). La Comunicación Global: Comunicación Institucional y de Gestión. Editorial. Paidós Ibérica.