



Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Prácticas de comunicación emergentes en organizaciones socio-culturales

trazando coordenadas de estudio

Año
2016

Autor
Pineda, Andrea Evelin

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Pineda, A. E. (2016). *Prácticas de comunicación emergentes en organizaciones socio-culturales*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

II Congreso de la Asociación Argentina de Sociología

GT 12: Estudios sociales de la comunicación y de los medios

Prácticas de comunicación emergentes en organizaciones socio-culturales: trazando coordenadas de estudio.

Andrea Evelin Pineda¹

Resumen

El presente trabajo forma parte de una tesis doctoral en su etapa inicial, por lo tanto sujeta a constantes revisiones, cambios y nuevos aportes. Lo que aquí se pretende es abordar, tensionar y/o articular algunas de las ideas principales que actualmente se están trabajando. La primera de ellas es la caracterización de las prácticas de comunicación (Barbero, 1981, 2015; Reguillo, 2012) y el trazado (provisorio, contingente) de algunas coordenadas para su estudio en contextos específicos. La segunda de ellas es la problematización de contextos, coyunturas socio-históricas y el carácter emergente como dimensiones constitutivas de las prácticas de comunicación que nos interesan. Una de las hipótesis de trabajo que nos motiva se basa en que las interpelaciones subjetivas que se constituyen desde diversos lenguajes y dispositivos, permiten (re)pensar/ (re)plantearse modalidades de construcción de conocimientos y prácticas, circulación de contenidos y sobre todo formas de (re)configuración y visibilización de identidades. La tercera y última idea a desarrollar reconoce a los sujetos como productores culturales (Buckingham, 2005, Da Porta, 2000) y la posibilidad de estudiar la producción cultural como dimensión de un “hacer productivo” y transformador de los colectivos, organizaciones y/o movimientos que nos convocan.

Nos posicionamos desde el campo comunicación-educación (Huergo, 1997, 2011; Da Porta, 2004), enriquecida con los aportes de los Estudios Culturales, sobre todo desde Grossberg (2012) quien retoma los aportes de Williams y Hall. La metodología cualitativa

¹ Área de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Católica de Córdoba (UCC), CONICET, Facultad de Educación. Docente de la Facultad de Educación-UCC. Integrante de equipos de investigación: CEA-UNC (dirigido por la Dra. Eva Da Porta) y UCC (dirigido por el Dr. Enrique Bambozzi) pinedaevelin@gmail.com

es la elegida, ya que pone el énfasis en la construcción de categorías emergentes de los análisis, relacionadas a los contextos del cual surgen y a una multiplicidad de factores imbricados. Se basa en la teoría fundada de Glaser y Straus (1967), enriquecidos con los aportes del enfoque etnográfico de Reguillo (2003).

Palabras claves: prácticas de comunicación, campo comunicación-educación, estudios culturales, organizaciones socio-culturales.

1. Introducción

El presente trabajo forma parte de una tesis doctoral en su etapa inicial, sujeta a cambios y nuevos aportes. Lo que aquí se pretende es abordar algunas de las premisas que actualmente se están problematizando. Asumimos una perspectiva que, en palabras de Da Porta (2015), aborda a la Comunicación como un espacio (trans) disciplinar, como un campo problemático (Zemelman, 1987, citado por Da Porta, 2015, p.20), como un posicionamiento desde el cual analizar la realidad y como dimensión de los fenómenos sociales (Reguillo, 1997), y su inseparabilidad de pensarla en y a través de la cultura: “La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura” (Hall y Hall, 1990). Todo lo cual nos permite desplegar una mirada analítica basada en “estrategias de lectura de lo social que pone énfasis en la comprensión de las lógicas vinculadas a la producción de sentido, la dimensión discursiva de los fenómenos, las operaciones que implican esos procesos y las transformaciones” (Da Porta, 2015, p.20) generadas a partir de esos sentidos. En el esfuerzo de caracterizar las prácticas de comunicación producidas en y desde organizaciones socio-culturales, pretendemos estudiar la dimensión comunicativa de los fenómenos sociales. En cuanto al carácter emergente de las prácticas, se configura a partir de las dimensiones de coyuntura y contextualidad como aspectos inherentes en la comprensión y problematización del fenómeno, y que desarrollaremos próximamente en el trabajo.

Nos proponemos delinear algunas coordenadas de estudio para construir nuestro objeto teórico. La primera de ellas es el reconocimiento de la especificidad comunicativa en el

estudio de las prácticas. La segunda es el lugar estratégico y central que adquieren las contextualidades y coyunturas en la definición misma del objeto, y la tercera coordenada de estudio refiere al reconocimiento de los actores como productores culturales.

El estudio se considera descriptivo-interpretativo y la metodología cualitativa, basada en la teoría fundamentada de Glaser y Straus (1967). Además se incorporan a la construcción de la estrategia metodológica el enfoque socio-cultural y enfoque etnográfico.

2) Prácticas de comunicación y organizaciones socio-culturales: aproximaciones conceptuales.

Uno de los antecedentes más significativos del cual partimos es el de Jesús Martín Barbero (1981), que investigó las prácticas de comunicación en la cultura popular en los espacios de ocio, la plaza de mercado urbano y cementerios de Colombia. Lo que nos proponemos aquí es rescatar algunos de sus principales planteos para pensar nuestro objeto:

En primer lugar la importancia de “acercarnos a la cotidianidad de esas prácticas para mirarlas de cerca y así poder escuchar de qué nos hablan” (Barbero, 1981, citado por Barbero, 2015, p.15). Barbero señala al relato como modalidad de abordaje de ciertas prácticas, “que materializan o hacen visible la memoria popular” (Barbero, 1981, p.2). Cada espacio estudiado por Barbero opera para los sujetos como “espacio fundamental de actividad, de producción de discurso propio, de prácticas en las que estalla un cierto imaginario –el mercantil– y la memoria popular se hace sujeto constituido desde otro imaginario y otra lengua” (1981, p.3).

En segundo lugar nos interesa en términos metodológicos la comparación que el autor plantea entre estos espacios de prácticas de comunicación populares y aquellos espacios funcionalizados y homogeneizados por la lógica mercantil (como el supermercado). En este sentido, el autor describe una topografía, como “espacio configurado por las señales de dos matrices culturales, señales que al ser rastreadas se convierten en señas de identidad de las dos economías apuntadas” (1981, p.4). Uno de los indicadores que analiza el autor son las formas de producir significación de los lugares donde se producen las prácticas: “Los nombres de los supermercados denominan, a través de la marca privada, la abstracción mercantil; los de las plazas trabajan sobre una referencia única con clave histórica,

geográfica o religiosa” (Barbero, 1981, p.5). Otro indicador es el entorno de los espacios analizados:

La plaza de mercado no es el recinto acotado por unas paredes, sino la muchedumbre y el ruido, los desperdicios amontonados o dispersos, todo lo que se siente, se ve, se huele desde mucho antes de entrar en ella...Vista desde el entorno la plaza es desorden y barullo, abigarramiento y heterogeneidad, trabajo y a la vez no poco de fiesta [...]

El entorno del supermercado es complementario también, pero sólo en cuanto sistema...Complementariedad, por tanto, uniformada: en el orden, la funcionalidad, la seguridad y la publicidad (Barbero: 1981, p.6).

Y su adentro: en relación a la plaza del mercado se caracteriza por constituirse en un espacio “acotado pero abierto, descentrado y disperso: anti-funcional. Los productos se amontonan y se mezclan tanto en la relación de unos puestos a otros como en el interior de cada puesto...El espacio del puesto es un espacio expresivo” (Barbero, 1981, p.8). En cuanto al supermercado se construye como “espacio cerrado, centrado y articulado [...] separado simbólicamente y no sólo por razones de seguridad. Centrado, pero no con un solo centro, sino con varios que se articulan en diferentes niveles, complejamente” (Barbero, 1981, p.8).

En tercer lugar el autor propone el análisis desde la topología, como “lectura de las señales, lectura que hará explícito el discurso de las dos economías, ahora ya como discurso de los sujetos” (Barbero, 1981, p.10). Continuando con los ejemplos anteriores, en la plaza del mercado las señales estarían dadas en los vínculos más personalizados, como lugar de encuentro y comunicación expresiva, donde los sujetos están expuestos los unos a los otros... en cambio en el supermercado se pueden realizar todas las compras sin hablar con nadie y los interlocutores que hay están sólo para la transmisión unidireccional de información.

Las categorías trabajadas por el autor nos servirán para construir nuestra estrategia de análisis, en el cual la topografía de las organizaciones socio-culturales se vincula a: sus formas de producir significación, su entorno y adentro relacionados a la cuestión territorial, poniéndolas en relación a formas más funcionales de organización que se acercan a lógicas

mercantiles de funcionamiento. En cuanto a las marcas topológicas, las analizaremos en los discursos de los sujetos, en las formas en que se relacionan y comunican.

Asumimos como hipótesis de trabajo una doble tensión que opera, por un lado, desde la constitución de modalidades reproductoras de una lógica mercantilista y privatista (Galindo Ramírez y Alvez Oliveira, 2015), y por otro, posicionamientos desde lugares de resistencia o alteridad que disputan discursos hegemónicos, orientados a la transformación de estructuras existentes, que incorporan otras voces, contenidos y modalidades de trabajo; no exentos de la dimensión conflictiva y de los límites que dichas elecciones suponen.

Por su parte, Reguillo (2000a) propone pensar las prácticas contemporáneas, sobre todo aquellas atravesadas por la presencia de las tecnologías como “marcadores culturales de las identidades” (p.41). En este sentido nos interesa investigar los procesos de constitución de prácticas y de los propios sujetos para explorar de qué manera se reconfiguran las identidades. En este trabajo sólo abordamos a las prácticas de comunicación, sin avanzar demasiado en el tratamiento teórico-conceptual de identidad. Sólo subrayamos que pensamos identidad como concepto estratégico y posicional, alejándonos de posturas esencialistas, con rasgos de fragmentación, fracturas y nunca unificadas. En palabras de Hall (2003) las identidades son “construidas de múltiples maneras a través de los discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos” (p.17), y sobre todo históricamente posicionadas, que cambian y se transforman en un proceso constante.

Otro aporte de la autora nos permite diagramar las coordenadas de estudio de las prácticas de comunicación

En el territorio de estas prácticas, en la frecuentación y acceso a sus códigos, reglas y a sus diversidades simbólicas implicadas, se tejen vínculos fundamentales entre el yo y el nosotros. Ahí el mundo como experiencia subjetiva, adquiere su sentido social por la (co)presencia de un(os) otro(s) que “iguales” y “diferentes” simbolizan los ritos de apertura y clausura que dinamizan a las identidades sociales y garantizan, al tiempo que imposibilitan, paradojas de la identidad, la existencia del “yo”. (Reguillo, 2000a, p.41)

Nos interesa señalar el énfasis en el proceso de entretejer vínculos entre ese “afuera constitutivo” (Derrida, 1981) que opera en la reconfiguración de las identidades:

dinamicidad, flujos y desplazamientos como características de las prácticas, que se mueven en distintos planos que se (re)articulan entre sí. Además, Reguillo (2000b) construye niveles analíticos para el estudio de la música como analizador cultural en la reconfiguración de identidades juveniles y que, a los fines de nuestro estudio incorporamos algunos de ellos para pensar el abordaje de las organizaciones socio-culturales y sus prácticas de comunicación. Ellas son:

□ *Movimiento (identidades socioculturales)*: la autora propone para el análisis la clasificación de Castells (1999) basada en dos lógicas en las que se constituyen las identidades: proyectivas y defensivas. Las primeras hacen referencia a “aquellas que ante los embates del mundo moderno, desarrollan esquemas de sobrevivencia cuya característica es la ‘defensa’ frente al entorno” (p.79). Como uno de los ejemplos cita a los indígenas zapatistas. En cuanto a las identidades proyectivas, “pasan de la defensa a una actitud pro-activa, es decir a la elaboración y defensa de un proyecto” (*ibíd.*). Entre los ejemplos se encuentran el movimiento feminista y el ecologista. La crítica de la autora a esta clasificación es que debería contener un espectro con diversos matices.

□ *Socioestética*: En este analizador la autora hace referencia a los consumos culturales y la dramatización de la identidad en los movimientos.

□ *Visiones del mundo y propuestas de acción (proyecto)*: pensamos aquí en el análisis desde la proyección hacia futuro y/o pasado de la organización, los tipos de acciones e intervenciones que proponen, ¿en qué tiempos y espacios? ¿qué características asume la propuesta comunicativa o modelo de comunicación que opera en y desde las acciones?, ¿cómo se caracterizan desde su posicionamiento como enunciador?, ¿qué vínculos se proponen entre la organización y la comunidad?

□ *Sector social predominantemente convocado*: consideramos clave la construcción de los destinatarios que hace la organización en la producción de sus mensajes, acciones y contenidos, así como el análisis de las repercusiones en las redes sociales, sitios webs, notas periodísticas, para rastrear las huellas de los interlocutores.

Consideramos las organizaciones socio-culturales como escenarios para estudiar la transformación de prácticas. Entre sus características más destacadas

...esos nuevos movimientos están trastornando lo político en su sentido tradicional. Y lo están reconfigurando justamente en términos culturales. Los nuevos movimientos urbanos hacen a la vez el descubrimiento de las dimensiones culturales de la política y las dimensiones políticas de la cultura: de lo político como ámbito de producción del sentido de lo social. (Barbero, 2003a, citado por Barbero, 2015, p. 20)

Al mismo tiempo Barbero (2003a) destaca la articulación de las luchas de estos movimientos en torno a dos dimensiones principalmente: la lucha por el espacio (pensamos en el acceso a la vivienda, servicios públicos y de territorio cultural) y la lucha por la autogestión frente a formas verticalistas y paternalistas de liderazgo. En Pineda y Yeremián (2015, p.10) señalábamos algunos niveles analíticos para trabajar en este marco de luchas y dinámicas de transformación en las organizaciones-socio-culturales:

- El interés por las dinámicas de cambio y transformación social, que nos permiten estudiar las emergencias y dinámicas de producción cultural en los procesos sociales, tanto como las resistencias, conflictos y tensiones que también se generan.
- El poder y conflicto como dimensiones inherentes para pensar los procesos sociales, la dinámica de su funcionamiento y productividad de sentido.

2.a) El lugar estratégico de la contextualidad y coyuntura en la construcción del objeto teórico

Asumimos la mirada relacional y contextual de la perspectiva sociocultural para abordar las prácticas, procesos y sujetos; como plantea Reguillo “trabajar desde la experiencia como momento constitutivo de la subjetividad exige meterse en aquellos territorios donde se están expresando estas transformaciones” (2012, p.140). Las organizaciones socio-culturales, sus contextos y las coyunturas que las atraviesan, constituyen nuestro referente empírico u objeto de análisis, ya que “ningún movimiento surge al margen de la sociedad que lo produce” (Reguillo, 2000b, p.84), y agregamos: ni surge ni se sostiene ni deja de existir. Nuestro objeto de análisis no es un hecho aislado sino “un ensamblaje estructurado de prácticas- una formación cultural, un régimen discursivo- que ya incluye tanto las prácticas discursivas como las no discursivas” (Grossberg, 2012, p.42). En tanto que las prácticas de comunicación son nuestro objeto teórico en construcción a lo largo del proceso de investigación.

Entendemos por contexto una “unidad compleja, sobredeterminada y contingente” (Grossberg, 2012, p.38), donde operan relaciones de poder, y las prácticas “contribuyen a la producción del contexto como una organización de poder; construyen el contexto como una experiencia vivida a diario” (Grossberg, 2012, p.40.) La estrategia analítica para abordar las interconexiones entre contextos, así como el ensamblaje de prácticas, la encontramos en la noción de articulación que nos permite estudiar dichas relaciones ya que

designa tanto los procesos básicos de producción de la realidad, de producción de contextos y de poder (es decir, la determinación o la efectividad) como la práctica analítica... es una práctica o trabajo transformador que consiste en hacer, deshacer y rehacer relaciones y contextos, en establecer nuevas relaciones a partir de relaciones viejas o de no relaciones, en trazar líneas y delinear conexiones. (Grossberg, 2012, pp. 37-38)

Desde la mirada relacional y contextual que suponemos, el contexto forma parte constitutiva del objeto, lo ubica en una red de relaciones. De allí que caractericemos esta mirada como una contextualidad radical, donde el fenómeno no puede aislarse de dichas relaciones que lo atraviesan y lo hacen ser lo que es... las relaciones pueden cambiar, deshacerse, (re)hacerse, yuxtaponerse, contradecirse, etc. y las investigaciones deberán dar cuenta de dichas trayectorias de cambio en su metodología de abordaje. Como plantea García Canclini (2015) “...no hay textos sin contextos, no hay comunidades sociales sin comunicaciones. Al decir esto estamos implicando que el estudio de los discursos no puede ser un análisis netamente discursivo sin analizar las condiciones sociales de producción y circulación.”² Dichas condiciones se encuentran atravesadas decisivamente por procesos de mediatización social crecientes, que ponen su énfasis en los cambios y transformaciones sociales, culturales, comunicacionales, etc.

2.b) Sujetos como productores culturales en espacios mediatizados

Una de las principales hipótesis que asumimos es la presencia del fenómeno de mediatización como proceso que heterogéneo, irreversible, dislocado (Verón, 1992; Da Porta 2000), que transforma cada vez más las prácticas, percepciones e interpretaciones de los sujetos desde su cotidianidad hasta formas más complejizadas de conocer, sentir, hacer y habitar.

² Cita extraída del sitio web <http://letraurbana.com/articulos/claves-para-pensar-en-este-extrano-mundo-entrevista-a-nestor-garcia-canclini/> (Recuperado el 10 de mayo de 2016)

Entendemos el proceso de mediatización como el espacio en el que las prácticas de comunicación se transforman. De acuerdo con Barbero (2003b), lo que acontece es que la mediación de la comunicación se hace cada vez más técnica, “deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural” (p.2), y es esta tecnicidad mediática la que se torna una dimensión estratégica para estudiar la cultura. Existen muchas perspectivas para abordar estos fenómenos. Desde nuestro posicionamiento consideramos que las miradas instrumentales o tecno-utópicas para pensar los vínculos de los sujetos con los medios y tecnologías de la información y comunicación (MyTIC) limitan el análisis, ya que disuelven la posibilidad de pensar las transformaciones productivas de las dinámicas culturales, los procesos de producción de sentido (Da Porta, 2015) que se están (re)configurando de manera cada vez más des-centrada, dislocada y contingente.

Uno de los principales aspectos que nos interesa es la productividad de las prácticas, asumiendo a los sujetos como productores culturales (Buckingham, 2005, Da Porta, 2000), y poniendo el énfasis teórico en la producción cultural. Desde esta mirada ponemos en tensión aquellas concepciones que giran en torno a los sujetos como usuarios consumidores, principalmente desde el modelo de consumidor que opera detrás del acceso a los MyTIC (Burbules y Callister, 2008). Por ello es que también nuestra perspectiva se aleja de modelos de comunicación lineales, instrumentales y centrados en la transmisión de información, para pensar la comunicación como un proceso social conflictivo, dinámico y dialogal de producción de significación, como proceso “mediante los cuales los sujetos dotan, intersubjetivamente, de sentido a la realidad” (Reguillo, 2003, p.21).

Estamos considerando el estudio de articulaciones entre discursos en uso, prácticas y sujetos concretos de organizaciones socio-culturales, “con voces y mensajes propios, que disputan (o refuerzan) estereotipos, sentidos comunes, discursos cristalizados acerca de sus propias identidades, prácticas, estilos de vida” (Pineda, 2015, p. 12), que toman decisiones atravesados por contextos y coyunturas específicas. En este sentido, asumimos el estudio de las prácticas en su importancia como proceso de producción y en su posibilidad de pensarlas como formas de trabajo colectivo.

3) Construcciones metodológicas en tensión

La investigación se considera de tipo interpretativo-descriptiva, en base al esfuerzo de impulsar desarrollos teóricos-metodológicos ajustados y renovados de acuerdo a objetos de estudio. La metodología elegida es cualitativa y basada en la teoría fundamentada de Glaser y Strauss (1967) ya que pone el énfasis en la codificación abierta y construcción de categorías emergentes desde los análisis. En este sentido, las categorías que (re)elaboramos “lejos de pensarse como camisas de fuerza [...] son, para el análisis dinamizadores de la acción social” (Reguillo, 2003, p.21). Otro supuesto proviene del enfoque etnográfico, de situarnos lo más cerca posible de “la realidad percibida por los sujetos observados, en su capacidad de interactuar con los sistemas” (Reguillo, 2003, p.20), de allí la importancia de acercarnos a las dimensiones que constituyen la cotidianeidad de las organizaciones socio-culturales.

El concepto de interacción opera como mediador para pensar las relaciones entre “estructuras y “sujetos” (o representación y acción). En palabras de Reguillo (2003): “La interacción alude al movimiento, permite entender que las relaciones entre estructuras y sujetos no están dadas de una vez y para siempre; esto hace posible trabajar desde las tensiones y contradicciones de la vida social” (p.20). En este sentido, desde nuestro posicionamiento en el campo Comunicación-Educación, nos basamos en dos formas de pensamiento analítico que organizan nuestro análisis:

-Una mirada analítica desde las tensiones: que nos permite movernos en “un campo problemático común con relaciones tensas” (Huerco, 1997, en Huerco 2011, p.19) y/o de “zona de problemáticas que atraviesan los bordes y las fronteras de los saberes establecidos” (Richard, 2010, p.77).

-Una mirada analítica desde las articulaciones: entendemos la articulación como “cualquier práctica que establezca relaciones entre elementos de manera que sus identidades sean modificadas como resultado de la práctica articuladora” (Laclau y Mouffe, 1985, p.105, citado por Da Porta, 2000, p.34).

La selección de casos se basa en el criterio de suficiencia comparativa (Orozco Gómez, 1997) y se estima en la selección de cuatro (4) organizaciones sociales. Entre los criterios metodológicos de selección se encuentran: significatividad, heterogeneidad y saturación.

En una primera instancia el análisis se realiza por cada organización socio-cultural en sus trayectorias particulares de emergencia y continuidad/discontinuidad. Desde ese marco, se exploran las prácticas en el contexto de su realización, circulación y reconocimiento, con posibles articulaciones con contextos más amplios. En una segunda instancia, a través del ejercicio comparativo entre organizaciones socio-culturales y sus prácticas de comunicación. El resultado de la comparación nos dirá cuando la muestra es suficiente. Entre los factores intervinientes al momento de identificar las organizaciones socio-culturales, definimos algunos como: capacidad de convocatoria, movilización y articulación con contextos más amplios; modalidades de organización y trabajo; proyecto y acciones que lo encauzan; temáticas o problemáticas a las que interpelan y a las que aportan con su participación; impacto social, político, educativo, cultural, etc. en la comunidad donde se insertan. De acuerdo a los avances en la selección de casos hasta el momento, se estiman dos organizaciones del interior provincial y dos de ciudad capital (Córdoba), de acuerdo a la factibilidad y accesibilidad por parte de la investigadora, y que trabajan distintas temáticas o perspectivas.

A partir de la selección del período histórico a estudiar que se define de manera provisoria desde el año 2013 al año 2017, nos interesa particularmente el ejercicio comparativo en momentos de transición política de cambio de gobierno (elecciones presidenciales del 10 de diciembre de 2015), ya que asumimos la hipótesis de que los contextos y coyunturas generan/limitan condiciones materiales, culturales, políticas, sociales, económicas, etc. para la productividad cultural de las organizaciones socio-culturales. De acuerdo a Ragin (2007) para los estudios comparativos son importantes las siguientes dimensiones: a) explorar la diversidad, b) interpretar la relevancia cultural y/o histórica y c) constituir un aporte para el progreso de la teoría. Se hace necesario señalar un rasgo característico de este tipo de abordaje metodológico según este autor y que es la búsqueda de la diversidad: “el estudio de la diversidad es el estudio de los patrones de parecidos y diferentes para un conjunto determinado de casos” (2007, p.179). El registro y búsqueda tanto de patrones como de estrategias semejantes y diferentes, ayudarán a comprender la complejidad y diversidad del fenómeno, tanto como su relevancia comunicacional, cultural y/o histórica.

En este marco de registro y análisis de la organización social como entidad colectiva, el interés se dirige a identificar su productividad cultural a través de prácticas comunicativas emergentes. Dichas prácticas se analizan como procesos de producción “en relación a” otras dinámicas de la organización social, como “medio de comunicación para” y, por otro lado, el análisis “hacia dentro” para lo cual incorporamos herramientas de la antropología visual y/o etnografía audiovisual para construir datos audiovisuales.

4) Consideraciones finales: Trazos inacabados del recorrido

Finalmente, en este breve recorrido nos propusimos aproximarnos a la conceptualización y caracterización de las prácticas de comunicación en organizaciones socio-culturales, tomando como prioridad la referencia a la producción teórica de autores/as destacados de Latinoamérica. Nos resta un largo camino para profundizar en perspectivas como la de acción colectiva y movimientos sociales, la socio-discursiva, entre las más destacadas. Aun así damos los primeros pasos en la definición del objeto teórico de la tesis.

Nos interesa analizar las prácticas de comunicación como procesos muchas veces dislocados, contradictorios, con etapas de continuidades y rupturas, contingentes, flexibles, dotadas de una “elasticidad cultural”, como plantea Barbero (1996) que, “aunque se asemeja a una falta de forma, es más bien apertura a muy diversas formas” (p.4). De allí que asumimos un pensamiento analítico desarrollado por Huego (2011) desde las tensiones, para trabajar entre polos “de ideas y fuerzas [...], entre el saber letrado y el saber popular [...], entre lo oficial y lo alternativo, entre comunicación masiva y popular” (p.35), y las articulaciones “entre el reconocimiento cultural y el horizonte político” (*ibíd.*), ya que nos permite dar cuenta de los cambios y las transformaciones productivas en las dinámicas sociales y simbólicas. En este marco, la comunicación nos permite adentrarnos en el estudio de la producción de sentidos y significados, en el “carácter social de los procesos (más allá de la voluntad de los actores), en la materialidad de los enunciados, en el condicionamiento contextual y en la dialogicidad o alteridad como condición de posibilidad” (Da Porta, 2015, p.20).

Reconocemos a las organizaciones socio-culturales como “lugares de enunciación” (Mato, 2001), de allí que el esfuerzo teórico y metodológico se dirija a identificar prácticas de

comunicación como espacios para investigar la productividad cultural, como “entradas” claves para pensar la reconfiguración de las identidades. De acuerdo a Barbero (1981, p.3), miramos las organizaciones como espacios de actividad, de producción e un discurso propio, de prácticas en las que los imaginarios mercantilistas, mediáticos hegemónicos se deconstruyen para dar lugar a la creación de otros.

Por último, reconocemos la dinamicidad y movimiento constante de nuestros referentes empíricos. Desde el trabajo de investigación y como desafío constante, deberemos dar cuenta en nuestros diseños teórico-metodológicos de las emergencias, interpelaciones y transformaciones productivas de los objetos de estudio.

5) Bibliografía

- BUCKINGHAM, D. (2005). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona. Ed. Paidós.
- BURBULES, N. Y CALLISTER, Th. (2008). *Educación: Riesgos y Promesas de las Nuevas Tecnologías de la Información*. Buenos Aires – México - Santiago – Montevideo. Ed. Granica.
- DA PORTA, E. (2015) (comp.). *Las significaciones de las TIC en Educación: políticas, proyectos, prácticas*. Córdoba. Ferreyra Ed.
- (2014). “La apropiación tecno-mediática como un proceso de sujeción/subjetivación. Notas teóricas y metodológicas”. En Rosini, V.; Cogo, D. & Repoll, J. (coord.). *Estudos de Recepção Latino-Americanos: métodos e práticas*. Institut de la Comunicaió: Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra.
- (2004). Senderos y recorridos. Apuntes para un mapa de investigación. En *Revista Tram[p]as*. Universidad Nacional de La Plata.
- (2000). Apuntes para estudiar la mediatización de la cultura. En *Revista Estudios*, núm. 13, pp. 111-120. Centro de Estudios Avanzados-UNC, Córdoba.
- GALINDO, RAMÍREZ, L. y ÁLVEZ OLIVEIRA, R. (2015). “Movimientos juveniles y usos de las tecnologías digitales en América Latina”. En Cubides (et. al.) (ed.). *Juventudes Latinoamericanas. Prácticas socioculturales, políticas y políticas públicas*. Buenos Aires, Argentina. CLACSO.

- GARCÍA CANCLINI, N. (2015). Claves para pensar en este extraño mundo. Entrevista a Néstor García Canclini. *Revista digital Letra Urbana*, núm 31. Recuperado de sitio web: <http://letraurbana.com/articulos/claves-para-pensar-en-este-extrano-mundo-entrevista-a-nessor-garcia-canclini/>
- GROSSBERG, L. (2012). *Estudios culturales en tiempo futuro*. Buenos Aires. Siglo Veintiuno Ed.
- HALL, S. y DU GAY, P. (2003). *Cuestiones de identidad Cultural*. Buenos Aires. Amorrortu.
- HUERGO, J. (2011). “Sentidos estratégicos de comunicación/educación en tiempos de restitución del Estado”. En Da Porta (comp.) *Comunicación y Educación. Debates actuales desde un campo estratégico*. Córdoba. Ed. Gráfica del Sur.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 128, pp. 13-29. Ecuador. CIESPAL.
- (2007). Pensar la sociedad desde la comunicación. *Revista Colombiana de Sociología*, núm. 29, pp. 11-32. Colombia.
- (2003a). Los laberintos urbanos del miedo. *Revista Universitas Humanística*, núm. 56, pp. 69-79. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
- (2003b) *La Educación desde la Comunicación*. Bogotá. Grupo Editorial Norma. Disponible en: <http://www.eduteka.org/pdfdir/SaberNarrar.pdf> (fecha de acceso 08/02/16)
- (1996). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. *Revista Nómadas*, núm. 5. Colombia. Universidad Central Bogotá.
- (1981). “Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio”. En Simpson Grinberg, M. (Comp.) *Comunicación alternativa y cambio social*. México. UNAM. Disponible en sitio web: <https://es.scribd.com/doc/6334231/Practicas-de-comunicacion-en-la-cultura-popular-mercados-plazas-cementerios-y-espacios-de-ocio> (fecha de acceso 10/02/16).
- MATO, D. (2001). *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires. CLACSO.

- PINEDA, A.E. (2015). *La participación en tiempos de cultura(s) tecno-mediática(s): aproximaciones desde el campo de la comunicación-educación*. Ponencia presentada en XXVI Encuentro Estado de la Investigación Educativa: Educación Secundaria en la Agenda Educativa. Aportes de la Investigación. Universidad Católica de Córdoba. Noviembre de 2015. Publicación en CD (ISBN 97898726202-3-3)
- PINEDA, A.E. y YEREMIÁN, A.G. (2015). *Apuntes en torno al campo comunicación y educación. (Re)construyendo una mirada común desde itinerarios específicos*. (Ponencia). En Cárcar, M.; Rodríguez, M.; Ponza, P. y Álvarez Nobell, A. (Comps.) *Políticas, Actores y Prácticas de la Comunicación: Encrucijadas de la Investigación en América Latina, Actas del VIII Seminario Regional del Cono Sur de la Asociación Latinoamericana de Investigación en Comunicación (ALAIIC) Córdoba, Argentina*. Disponible: <http://www.alaic2015.eci.unc.edu.ar/publicaciones>
- RAGIN, Ch. (2007). *El uso de los métodos comparativos para estudiar la diversidad. La construcción de la investigación social*. Bogotá. Universidad de los Andes y SAGE Publications. Siglo del Hombre Editores.
- REGUILLO, R. (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. *Revista Comunicación y Sociedad*, núm. 18, pp. 135-171. DECSU: Universidad de Guadalajara. México.
- (2003). “De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación”. En Mejía Arauz, R. y Sandoval, S. (Coords). *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. México. ITESO.
- (2000a). El lugar desde los márgenes. Músicas e identidades juveniles. *Revista Nómadas*, núm. 13, pp. 40-53. Colombia. Universidad Central Bogotá.
- (2000b). Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios. *Revista Diálogos de la Comunicación*, núm. 59-60, pp. 75-86. Perú. FELAFACS.
- (1997). Más allá de los medios. Diez años después. *Revista Comunicación y Sociedad*, núm. 30, pp. 127-147. México. DECSU: Universidad de Guadalajara.

-RICHARD, N. (2010) (ed). "Entrevista". En RICHARD, N. (comp.) *En torno a los Estudios Culturales. Localidades, trayectorias y disputas*. Santiago de Chile. Editorial ARCIS: CLACSO.