

# Pensamiento crítico y consumo de medios en estudiantes universitarios en Santiago del Estero. Un estudio de audiencias desde un abordaje sociológico

Ramiro Llanos Paz (INDES-UNSE)

[ramirollanospaz@gmail.com](mailto:ramirollanospaz@gmail.com)

## Eje 3: Periodismo, comunicación y medios

Cuando se habla de medios de comunicación no se habla necesariamente de sus audiencias. Es como si fueran por caminos totalmente diferentes; es más durante mucho tiempo existió una connotación negativa hacia ellas, como receptáculos vacíos y obedientes.

Las famosas instancias de producción y consumo, caminan por separado, sin embargo, a todo estudio sobre medios que no proponga el análisis de las audiencias estará ciertamente incompleto, porque no se puede entender una sin la otra, porque cuando se produce algo, se lo hace para alguien. Y ese sentido la sociología puede brindar grandes aportes, no solo por su tendencia histórica de analizar las relaciones de poder, sino también por las herramientas metodológicas y teóricas para investigar a los grupos sociales, sus contextos y poder caracterizarlos para entender su funcionamiento. Es por eso que los estudios de comunicación social y la sociología encuentran una alianza fuerte para los estudios como el que me propuse en mi tesis de grado.

Avancemos entonces en un estudio de comunicación que tiene a las audiencias como protagonistas, pero sin desconocer la estructura mediática que ya mucho nos dice. Como punto de partida diremos que la estructura mediática en Santiago del Estero se caracteriza por medios concentrados, en alianza – comercial- con el poder político y el poder empresarial, la cual deriva en la construcción de una línea editorial específica donde los conflictos que tengan como principal eje de confrontación al estado provincial no son reflejados en sus plataformas (Picco, 2013). Existen medios que se encuentran fuera de este triángulo de poder: medios, poder político y poder empresarial, pero que corren con enorme desventaja básicamente por su estructura financiera desigual, sumado a esto que los diarios como *El Liberal* gozan de una enorme popularidad debido a su extensa trayectoria. Lo que claramente no sucede con los demás.

¿Qué sucede en este contexto con las audiencias en Santiago del Estero? Como primera impresión se puede decir que los públicos son “víctimas” de esta estructura donde los medios con más presencia y que marcan agenda mediática de la provincia pertenecen a una línea editorial semejante, lo que quiere decir que la pluralidad de voces –versiones- está prácticamente ausente; entonces si desean buscar varias versiones de un mismo acontecimiento o sobre todo a los que remitan a la gestión del actual gobierno será necesario recurrir a otros medios, que ya sabemos que existen.

Observamos aquí una clara relación de poder, con ventaja aparente para los medios de comunicación locales. Pero después de haber trabajado el tema con las herramientas que aprendidas de la sociología la situación de dominación se vuelve más compleja, el rol de los individuos consumidores cobra otro sentido –y el de los medios de comunicación también-.

La pregunta que nos hacemos es: ¿Cuáles son los mecanismos de las audiencias desarrollan para desenvolverse dentro de un estado mediático patrimonialista como el santiagueño? Nos centramos para responder parcialmente esta cuestión en un público específico: *los estudiantes universitarios*.

Hablar de audiencias es ya desde hace varios años, una constante en los estudios de comunicación, sin embargo, la arbitrariedad al momento de estudiarlas está presente, y la extrapolación de tesis sobre audiencias en contextos específicos a comunidades más amplias es realmente dificultosa, debido a la variedad de características sociales históricas y políticas que cada una presenta. Si esto es llevado a territorios como las provincias la dificultad es aún mayor debido a la escasa producción que hay en esta dirección

Cuando hablamos de *audiencias*, en este estudio, nos referimos a grupos sociales que consumen información a través de media de comunicación masivos. Estos grupos están atravesados por una estructura histórico-social y al mismo tiempo sus miembros son portador de dimensiones individuales y personales que estructuran la personalidad.

Un aporte de la sociología en este sentido es centrarse en la dimensión contextual de este proceso, caracterizarlo e indagar en la forma que influye en los grupos sociales. Aquí no centramos en saber cómo influye el contexto universitario: primero en los consumos de medios locales por parte de los estudiantes y por otro lado en sentido colabora en la forma de pensar esa información, entiendo que existe un proceso claro de reflexividad por parte de los sujetos.

Para ello trabajé con herramientas cuantitativas y cualitativas. Un estudio complementario con encuestas semi-estructuradas y entrevistas en profundidad en estudiantes avanzados de la Universidad Nacional de Santiago del Estero. Con una muestra intencionada que no buscó ser representativa de la población pero si brindar un análisis más o menos exhaustivo de las variables propuestas para el análisis.

En la primera parte trabajé en el perfil del estudiante como consumidor de medios, de manera cuantitativa; en la segunda me centré en la apropiación de los consumos y en la tercera me aboqué a la influencia del espacio social universitario en el pensar reflexivo de los estudiantes, un “mecanismo de defensa” de gran calibre en un estado mediático como el santiagueño. Es en este último punto donde quiero centrarme.

Según los estudiantes ¿La universidad brinda herramientas para pensar los consumos que hacemos de los medios de comunicación? ¿Cuáles? ¿De qué manera?

De los estudiantes encuestados (38) el 100% contestó a esta respuesta afirmativamente. Lo que quiere decir por un lado, que los jóvenes reconocen en la universidad elementos que –pueden- ser distintivos de otros, es decir que la institución como ámbito específico de formación pero además como espacio de convivencia los ha modificado como actores sociales. Por otro lado hay que analizar el tipo de relación que los estudiantes tienen con esos elementos y el uso que de ellos hacen, para establecer en qué sentido se ha dado ese cambio.

Como dijimos al inicio la estructura mediática de Santiago del Estero posee características peculiares y la muestra analizada es consciente de esa peculiaridad. Aunque las explicaciones sobre la concentración de medios varíen, la relación con el poder político local es explicitada sin problema. Algunos hablan de monopolio, otros de censura, algunos son más precisos, otro reconocen la presencia de medios alternativos a los que recurrir, como diarios digitales locales y nacionales, cuando sienten que la información es errada, tergiversada o invisibilizada. Otros, muy pocos, no saben de la existencia de estos. Sin embargo, todos reconocen que recurren a medios (espacios) de comunicación alternativos por no sentirse conforme con la que consumen que hacen en un primer momento (y de manera cotidiana). Donde se destacan *Diario Panorama* y *El Liberal* (versión digital).

Como primera tesis, diremos que para esta audiencia específica los medios de comunicación “alternativos” al que recurren para discutir la información que consumen no son los que conocemos tradicionalmente (diarios, revistas, televisión) sino son espacios de socialización cotidianos, donde los flujos de información fluctúan de forma rápida y constante. En la universidad existen diversos. No entendernos a esta institución educativa como un *todo*, sino más bien como un articulador de los estudiantes con diferentes *sub-contextos* dentro ella, y que influyen en ellos según el uso que de esos espacios se hagan.

Identificamos tres grandes espacios de socialización que influyen en el pensamiento reflexivo de los estudiantes: *el aula* propiamente dicha, y el desarrollo de los conocimientos técnicos. Los *movimientos políticos estudiantiles*; *la práctica profesional*; y por último *el trabajo fuera de la universidad*, que no es un ámbito propiamente universitario pero si está superpuesto a esto, hablamos aquí específicamente de los estudiantes-trabajadores.

Estos grandes espacios de socialización son entendidos por los estudiantes como sub-contextos universitarios que influyen en su manera de pensar la información a la que están expuestos, particularmente la mediática. Y por otro lado consideran estos como medios de comunicación en sí mismos, ya no masivos, sino con cierta horizontalidad y con una constante fluctuación de información expuesta por diferentes actores de forma colectiva.

Que estos tres “medios de comunicación” sean analizados por separados no significa que se den así en la realidad, al contrario se superponen y entran en tensión. Aunque los estudiantes sí los valoran de forma diferente según el “uso” que de ellos hayan hecho.

Haré referencia a cada uno de forma breve.

El aula como espacio de interacción donde los conocimientos técnicos se hacen presente más que ningún otro, por razones que están más que claras, es tomado por algunos estudiantes como su

principal instrumento de *crítica*. Ellos consideran que estos conocimientos son los que permiten abordar temas actuales, que ven o escuchan en los medios. Por ejemplo -algo que se presentó como norma- la asignatura economía brinda conocimientos técnicos que ayudan a comprender lo que medios muestran de la situación actual de la provincia y el país. Un estudiante dice al respecto: “lo que aprendí en economía, aunque de manera general, me sirve para analizar algunas noticias, ya puedo dilucidar cuando me mienten, cuando ponen la atención en algo que no es importante. Eso no lo hacía antes”.

Además, las relaciones alumnos-profesor son retomadas por los entrevistados y puestas en escena como sumamente necesarias para la construcción de conocimiento colectivo y la motivación de la discusión y el debate.

Por otro lado la *práctica profesional* (para los que han tenido la oportunidad de transitarla), como el espacio más importante por sobre el resto, al momento de aprender cosas, poner en práctica lo aprendido, se la entiende como una fuente inagotable de recursos para debatir la información a la que cotidianamente estamos expuestos. Estos sostienen que es allí donde verdaderamente se apropian de una realidad que la universidad-aula le tenía negada, y a partir de allí la reflexividad y el pensamiento crítico sufren un proceso altamente positivo.

En un apartado diferente, y como un objeto en si mismo encontramos a *los movimientos político estudiantiles*. Para los estudiantes que de ellos participan o hayan participado activamente, este espacio es el mejor y el más importante por el que han atravesado en la universidad al momento de construir ideas y conocimiento, posicionan en primer lugar a la dimensión colectiva de ese proceso. Reivindican las luchas en grupo, las actividades que realizan, los talleres que organizan como medios de comunicación en si mismos, donde la información nunca es una sola, ni tampoco estática sino dinámica y fruto del debate y el accionar colectivo. Reconocen que al momento de analizar mensajes mediáticos, centran mucho la atención en quién lo dice y cuál es su posición ideológica-política actual e histórica.

Finalmente, el ámbito laboral. Hablamos aquí de los estudiantes-trabajadores, que si bien en algún momento se dudo en incluirla como categoría por no pertenecer exclusivamente al mundo intramuro de la universidad, no podía quedar afuera por la riqueza del espacio y el posicionamiento de estos estudiantes frente a la universidad. En primer lugar quiero decir, que de la muestra analizada todos los estudiantes que trabajaban lo hacían en la administración pública santiagueña (paradigma de la estructura económica -y social diría yo-, de la provincia) lo que ya significa algo. Porque trabajar para el estado provincial significa que tenemos como empleador al principal socio de los grandes medios locales. La pregunta es ¿Cómo pesamos la información que consumimos acerca de Santiago en estas condiciones? ¿Es posible discutirla, o refutarla tanto en el ámbito público como en el privado? Una entrevista en profundidad brindó luz sobre este asunto.

Lo primero que nos decía el estudiante, es que él cree definitivamente que su trabajo sea un contexto que influye en la forma de consumir los medios y de pensar en esa información. Muchas veces esa influencia se materializa de forma directa. Si sale algo a favor de la gestión actual del gobierno, vale compartirlo, en las redes sociales, por ejemplo. Si es algo en algo en contra, más vale no emitir opinión, antes que aparezcan represalias. Y marca una diferencia tajante con la universidad: “venir de un espacio donde la expresión de ideas goza de cierta libertad y hasta es bien vista, nada tiene que ver con un estructura que quiere moldear el pensamiento de una forma tan directa y coercitiva como esta”.

Vemos claramente aquí, como la multicontextualidad de las audiencias se hace presente, y entre estos dos espacios que están siendo transitados de manera simultánea, la universidad y la administración pública santiagueña entran en tensión de manera brusca muchas veces desconcertado al público. Sin embargo, esta relación es reflexionada por el sujeto que seguramente emprenderá otras estrategias para tomar ventaja en esta relación de poder.

Las audiencias son agentes productores de sentido, agentes capaces de resignificar lo que alguien más dijo pero también de producir factores nuevos generando siempre alguna transformación, por más pequeña que sea. Pero cuando se enfrenta a medios poderosos que además se vinculan al poder político en una sociedad tradicional como la nuestra, las audiencias ya no solo tienen la capacidad sino el deber de hacer frente a los monodiscursos imperantes.

La universidad pública es considerada desde hace décadas como la creadora de mentes críticas y agentes de lucha, que ya libraron varias batallas, una de ellas contra el neoliberalismo que venía por

todo en la década de los noventa. Pero aquí quisimos saber de las batallas diarias, de esas que se libran todos los días contra un sistema que se expresa a través de los medios de comunicación. Los estudiantes avanzados de la UNSE se valen de muchas herramientas que la misma universidad le ha brindado y que les son propias, pero también ponen en funcionamiento otras estrategias que serían claramente extrapolables a otros públicos por fuera de la educación formal. En relación a las primeras, los jóvenes se valen de los elementos teóricos que en las cátedras se les brinda para entender noticias con lenguaje técnico que de otro modo no lo podrían hacer. Del mismo modo emplea para detectar relaciones entre elementos y procesos que les sirve para dismantelar el engaño o la persuasión con la que muchas veces los medios actúan. Por otro lado la militancia o el vínculo con los partidos políticos ayudan a comprender que toda idea es en sí misma una idea política y cuáles son las consecuencias que estas pueden acarrear. Eso establecido a partir del debate, de la lectura de textos políticos, de posicionamientos claros y de la construcción colectiva de ideas en su máxima expresión. Al momento de enfrentarse a cualquier información ellos saben que debe ser discutida casi antes de que la primera letra entre por la retina. Las prácticas profesionales ayudan a los estudiantes crear un puente fuerte entre ese modelo ideal que les ofrecen los libros y la realidad misma, compleja y conflictuada. La fuente es la más especializada de todas, el propio actor social, viviendo y sintiendo en esa realidad que les es próxima, que les es suya pero que a veces parecen tan lejanas que la desconocen. A partir de allí, algunos sabrán que hay cosas que se ven, sujetos con los que se trata, relaciones que establecen, poderes invisibles -y otros no tanto- que se ejercen una y otra vez y que no aparecen en esos medios que ellos consumen. Las redes comunicativas y el desempeño de las audiencias, con sus entramados políticos, económicos y sociales es tan compleja que este estudio no podría abarcarlas, pero sí establecer algunas aristas para futuras líneas de investigación. Se asomó a un mundo compuesto por múltiples piezas y trató de brindar un panorama de algunas de ellas.

## **Bibliografía**

- Alonso Alonso, María Margarita (Abril, 2011): “Televisión, audiencias y estudios culturales: reconceptualización de las audiencias mediáticas”. Revista: Razón y Palabra. [www.razon\\_y\\_palabra.org.mx](http://www.razon_y_palabra.org.mx)
- Ackerley M.I. (2009): “Los medios de comunicación como sistema de pensamiento. Cuestiones éticas”. Eikasía. Revista de Filosofía, año V, 29 (noviembre 2009). Recuperado en <http://www.revistadefilosofia.org>
- Barbero, Jesús (1999): “De los medios a las mediaciones. Comunicación. Cultura y hegemonía. Editorial GG
- Bourdieu, Pierre (1997): “Sobre la Televisión”; Editorial: Anagrama.
- Carabajal, Mariana. “Mirada sobre la generación multimedia.” (29 de Abril de 2008). Entrevista a Roxana Mordichowicz. Página 12.
- Cabello, Roxana (2008): “Argentina Digital”. Editorial. Biblioteca Nacional (ediciones 25); año
- Castells, Manuel. (2009): “Comunicación y poder”. Editorial Alianza.
- Curone, Gladys; Alcover, silvina (2011): “Habilidades de pensamiento crítico en alumnos ingresantes a la UBA que cursan la asignatura psicología”. / Anuario de investigaciones / volumen XVIII/ Facultad de Psicología - UBA / Secretaría de Investigaciones.
- Díaz Matarranz J. J.; Santisteban Fernández A.; Cascajero Garcés, A. (2013): “Medios de comunicación y pensamiento crítico. Nuevas formas de interacción social”. Obras colectivas. Ciencias de la educación 13. UAH.
- “Facebook es la página más visitada por los argentinos” (6 de mayo de 2014) Pagina web del Ministerio de cultura de la Nación. Recuperado en: <http://www.cultura.gob.ar/noticias/consumos-culturales-facebook-es-la-pagina-mas-visitada-por-los-argentinos/>
- Fernández Fernández, Maximiliano.(2010): “Tradición en estudios actuales de la comunicación”. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales. Nº 11. Pp 139-157
- Ferrari, Germán (2008): “La comunicación, principio, fin y dilema de los medios masivos”; Editorial. Longeseller.

- Grimson, A., & Varela, M. (1999): "Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión". Buenos Aires: EUDEBA.
- Gonzalvez Perez V.; Zeballos Clavijo, R. (2013): "Las interacciones mediáticas de la juventud boliviana: *la competencia mediática de jóvenes en La Paz*". Recuperado en <http://bit.ly/1IR51Rr>
- Haskins, Greg R. (2006): "A practical guide to critical thinking".
- "La TV paga no alcanzó su techo en Argentina" (23 de abril 2013). L.A.M.A.C. Recuperado en: <http://www.lamac.org/argentina/prensa/la-tv-paga-no-alcanzo-su-techo-en-argentina-todo-tv-news>
- Marciales Vivas, Gloria (2003): "Pensamiento crítico: diferencias en estudiantes universitarios en el tipo de creencias, estrategias e inferencias en la lectura crítica de textos". Tesis doctoral, Universidad de Complutense de Madrid.
- Marques de Melo, J. (2015): "El campo científico de la comunicación en América Latina: perspectiva histórica". En Bolaño C.; Covi Druetta D.; Cimadevilla G. (comps). "La contribución de América Latina en el campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de investigación". (pp. 21-39) ALAIC. Editorial Prometeo.
- Martínez, Ana (2005): "Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios". Comunicar 025. Huelva, España.
- Marradi, A., Archeti, N., Piovani, J. I., (2007): "Metodología de las Ciencias Sociales". Buenos Aires, Argentina: Emecé.
- Mattelart Armand; Mattelart, Michéle, (1997): "Historias de las teorías de la comunicación". Editorial Paidós.
- "NOA el último bastión donde aún crece la venta de diario papel" (9 de octubre de 2014). Diario sobre diario. Recuperado de: [http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/374-el-noa-es-el-ultimo-bastion-donde-aun-crece-en-ventas-el-diario-papel.php#.Vw33n\\_nhDtT](http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/374-el-noa-es-el-ultimo-bastion-donde-aun-crece-en-ventas-el-diario-papel.php#.Vw33n_nhDtT)
- Orozco, Guillermo y González, Rodrigo (2012): "Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias". Editorial: Tintable
- Orozco Gómez, G. y Jacks N. (2015): "Investigación Latinoamericana de Recepción: un largo camino andado, una historia viva para contar. En Bolaño C.; Covi Druetta D.; Cimadevilla G. (comps). "La contribución de América Latina en el campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de investigación". (pp. 101-131) ALAIC. Editorial Prometeo
- Picco, Ernesto (2012): "Medios, política y poder en Santiago del Estero" (1859 – 2012). UNSE – EDUNSE.
- \_\_\_\_\_ (Mayo-2013): "Sistemas mediáticos subnacionales argentinos: heterogeneidad y diferencias en contextos neopopulistas". Íconos. Revista de Ciencias Sociales. Num. 45, Quito, pp. 83-100
- Picco, E. (2013): Flujos verticales de información: emergencias y tensiones entre la prensa nacional y subnacional. El caso de Santiago del Estero. *Question*, vol. 1. N° 37, pp. 369-385
- Retamoso, Julieta. (2012): "Estudios sobre comunicación y cultura popular en Argentina." *La Trama de la Comunicación - Volumen 16. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. UNR Editora, 2012.
- Rojas Ososrio C. ¿Qué es pensamiento crítico? Sus dimensiones histórico-filosóficas. Tomado de: Materiales en línea. Proyecto para el Desarrollo de Destrezas de Pensamiento [www.pddpupr.org](http://www.pddpupr.org)
- RUEDA LAFOND, José Carlos(1994). "La televisión en España: expansión y consumo social, 1963-1969".
- Sunkel, Guillermo (2006): "Consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación". 2ª edición ampliada y revisada. Bogotá: Convenio André Bello -(Colección Agenda Latinoamericana).
- Tonantzin Becerra Romero, América (2011): "Consumo mediático y sentido crítico de jóvenes universitarios". Versión Nueva Época. N° 27
- "Vivimos en dos mundos paralelos y diferentes: el online y el offline". (6 de julio de 2014). Entrevista a Zigmunt Bauman. Diario Clarín. Recuperado en: [http://www.clarin.com/edicion-impresa/Vivimos-paralelos-diferentes-online-offline\\_0\\_1169883075.html](http://www.clarin.com/edicion-impresa/Vivimos-paralelos-diferentes-online-offline_0_1169883075.html)
- Villarini Ángel R. (2001): "Teoría Y Pedagogía del Pensamiento Crítico". Perspectivas Psicológicas. Volúmenes 3 - 4 .Año IV. PP 35- 42

-Torres, F. (2015): “Investigar la comunicación y formar comunicadores en América Latina hoy. Una conversación con Martín Barbero”. En Bolaño C.; Covi Druetta D.; Cimadevilla G. (comps). “La contribución de América Latina en el campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de investigación”. (pp. 39-55) ALAIC. Editorial Prometeo.