

La influencia de la universidad en la construcción de pensamiento crítico en las audiencias. El caso de los estudiantes de Santiago del Estero, Argentina

The influence of the university in the construction of critical thinking in the audiences. The case of students from Santiago del Estero, Argentina

Ramiro Del valle Llanos Paz

ramirollanospaz@gmail.com

Universidad Nacional de Santiago del Estero, Instituto de estudios para el desarrollo social (INDES), Argentina

Resumen

Santiago del Estero es una provincia que posee una estructuración del sistema de medios con características complejas, que asume similitudes con otras provincias del norte del país; esta estructura mediática se visualiza en trabajos recientes desde la perspectiva de estados sub-nacionales, sin embargo, el tratamiento ha sido solo a nivel de producción y relaciones a un nivel macro. Las audiencias no aparecen como objeto de estudio. Este trabajo aborda dicha categoría. Se propone analizar la relación que existe entre los medios locales y una audiencia específica, el estudiantado universitario; teniendo como eje central de análisis la influencia de la universidad en la construcción de pensamiento crítico y como esto interpela el consumo de información del público. A partir de la aplicación de encuestas semiestructuradas a estudiantes de todas las facultades de la Universidad Nacional de Santiago del Estero y la selección de casos críticos a los que se les realizó entrevistas en profundidad, se pudo caracterizar un perfil del estudiante como consumidor de medios en la provincia, y establecer cuatro grandes espacios de socialización que influyen sobre esos consumos dentro de la universidad: el aula, la práctica profesional y la participación de espacios políticos.

Palabras clave: audiencias; pensamiento crítico; estudiantes universitarios; Santiago del Estero

Abstract

Santiago del Estero is a province that has a structure of the media system with complex characteristics, which assumes similarities with other provinces in the north of the country; this media structure is seen in recent work from the perspective of sub-national states, however, the treatment has been only at the level of production and relations at a macro level. The hearings do not appear as object of study. This paper addresses this category. It is proposed to analyze the relationship between the local media and a specific audience, university students; having as central axis of analysis the influence of the university in the construction of critical thinking and how this questions the consumption of information of the public. From the application of semistructured surveys to students of all the faculties of the National University of Santiago del Estero and the selection of critical cases that were interviewed in depth, it was possible to characterize a profile of the student as a media consumer in the province, and establish four large spaces of socialization that influence those consumptions within the university: the classroom, professional practice and the participation of political spaces.

Keywords: audiences; critical thinking; university students; Santiago del Estero

Audiencias críticas en un sistema mediático patrimonialista. El caso de los estudiantes universitarios en Santiago del Estero, Argentina

1. Introducción

Los estudios sobre *audiencias* en América Latina han sido propuestos desde sus inicios en términos de dominación. El vínculo entre el público y las grandes estructuras mediático-políticas es traducido a una relación de poder donde el auditorio es el principal afectado (Castells, 2009), aunque con la proliferación de diversos medios y el auge de las redes sociales se han presentado nuevas discusiones en torno a esta hipótesis. Sin embargo, el análisis de estas estructuras es siempre propuesto desde los grandes centros intelectuales atendiendo principalmente a su contexto inmediato y presentándolo como extrapolable a toda la población. Tal es el caso de Buenos Aires que concentra geográficamente aspectos políticos, económicos, mediáticos y de construcción simbólica. Pero hacia las provincias los procesos se diversifican y se producen tensiones que merecen ser analizadas. Este estudio se centra en Santiago del Estero y analiza una audiencia específica, los estudiantes de la universidad pública y su vínculo con los medios locales, para dilucidar cuál es rol que juega este público dentro de una relación de poder expresada a través de un *sistema mediático patrimonialista*, una categoría caracterizada por Picco (2012) que se ubica en la línea de los estados subnacionales en relación con los medios de comunicación.

Según la categorización de Picco (2012) provincias como Santiago del Estero tendrían un sistema de medios patrimonialista en los que los gobiernos locales dominan el discurso periodístico en función de las alianzas que mantienen con los propietarios de los grandes medios. ¿Pero qué es lo que sucede con las audiencias?

El presente estudio analiza como un espacio de socialización específico, *la universidad*, entra en el juego *medios-audiencias*, focalizando en la denominada la instancia de consumo¹.

La universidad pública es entendida desde sus inicios como productora de conocimiento pero además como agente de cambio social y los estudiantes sujetos protagonistas de este proceso. Entendiéndolos como una audiencia específica y al mismo tiempo multicontextual el foco está puesto en el consumo de estos jóvenes y en qué medida la educación superior -representada en la UNSE- y sus diferentes sub-contextos de socialización ha influenciado en la relación que los agentes tienen con la información -mediática- a las que están expuestos en la provincia.

Se trabajó con el concepto de *pensamiento crítico*²; explorando en la forma que este opera y el rol que juega la audiencia en las relaciones de poder con los mass media santiagueños, y la forma en la que una institución como la universidad pública ha colaborado a su conformación y aplicación, atendiendo a los diferentes espacios como el aula y la práctica profesional, como así también la participación de la militancia política estudiantil.

En virtud de lo expuesto, en primer término se abordan las principales referencias teóricas y

¹ A pesar de que estas dos categorías parecen acotadas, por la complejidad con la que se plantea el concepto de audiencias, sirven para describir la situación de una forma descriptiva y ubicar el objeto de una forma más clara en los estudios de comunicación.

² Propuesto por Santiuste (2001); Marciales Vivas (2009).

metodológicas que guiaron la investigación. Posteriormente, se caracterizarán las unidades de análisis contempladas como audiencias situadas y multicontextuales. Luego, se expondrán los resultados preliminares a los que se arribaron tales como los principales medios de consumo; la vinculación de la universidad con la formación de un pensamiento crítico; el rol que desempeñan ciertas asignaturas y la participación en movimientos políticos y; las pasantías y las prácticas profesionales como fuentes de contrastación con la realidad mediática. Por último, se exponen algunas reflexiones finales abriendo tangentes a posteriores indagaciones en la temática

2. Aspectos teóricos y metodológicos

2.1 Relaciones de poder. Recepción, pensamiento crítico y universidad

Los estudios de comunicación, principalmente de consumo y de recepción en América Latina poseen características únicas que los diferencian del resto de las regiones. Sunkel (2006) quien analiza los procesos de comunicación (y consumo cultural) en nuestro continente, dirá que los estudios de recepción en esta región están enmarcados bajo el concepto de dominación. Es éste uno de los supuestos que subyace en estudio, pero no ya para comprobarlo como hipótesis, sino para problematizarlo haciendo caso a una región específica.

Para ello utilizamos la obra de Manuel Castells (2009) que colabora a comprender las relaciones de poder entre medios de comunicación y los públicos. Él entiende al poder como “la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que favorezca las voluntades e intereses del actor que posee el poder” (p. 33). Pero agrega, una distinción en la que las relaciones de poder pueden ser absolutas donde el vínculo social queda reducido o una verdadera relación social donde el poder es ejercido desde ambos lados.

A partir de esto, utilizaremos una categoría analítica articuladora: *pensamiento crítico*, que propone un puente entre el público (las personas) y el procesamiento de la información que consume, en este caso la información mediática.

El pensamiento crítico desde la pedagogía y la educación, es considerado como un proceso por el cual las personas “piensan su pensamiento” (Marciales Vivas, 2003). Reflexionan el por qué piensan como piensan. Al contrario del posicionamiento de la doxa, que entiende al pensamiento crítico como un atributo -casi un privilegio- de ciertas personas, usado cotidianamente al momento de consumir cualquier información -casi inconscientemente-; o *la crítica* entendida como reacción generalmente negativa a una idea; nuestra postura es mucho más amplia y se debe a un proceso metapensante, autoreflexivo. Más bien como un ejercicio que se hace posterior al consumo de información, y a la formulación de las ideas. Es decir, argumentar por qué uno piensa lo que piensa, cómo construye su idea, cómo la evidencia y con qué la contrasta.

Es la educación -formal- la que colabora brindando herramientas para la construcción de argumentos que respaldan sus opiniones. Estudios como los de Lehman (1963) avalan esta hipótesis. Este enfocándose en estudiantes universitarios, demostró en su investigación que el pensamiento crítico se desarrolla a medida que la educación avanza. Partiendo de este razonamiento es la universidad el paradigma último de la educación formal donde el pensamiento crítico encontraría mayor progreso. Es más, este mismo autor en su estudio demuestra como los estudiantes del último año eran más críticos que los de los primeros años, es decir, tenían una mente mucho más abierta, con menos prejuicios y eran más flexibles a la discusión.

Si bien el concepto de pensamiento crítico que aquí hemos utilizado proviene de una tradición psicológica, no lo hemos adoptado tal y como lo propone Santuste y sus derivados. Sus categorías analíticas nos parecen las indicadas sobre todo para un trabajo exploratorio, pero se le ha dado un giro epistemológico relacionándolo con los contextos socio-simbólicos en el que el joven se desarrolla, dando especial importancia a la universidad y a sus sub-espacios. Es decir, una mirada mucho más sociológica, centrándonos en la categoría contextual del pensamiento.

Como se verá, en este estudio no se toma una única línea teórica para desarrollar la investigación. Sin embargo sí hay que dejar en claro que: toda la construcción del marco teórico y el procedimiento metodológico estuvieron atravesados por la línea de estudios sub-nacionales; que en lo que respecta audiencias, se abandonó un poco los clásicos, para situarnos en autores más contemporáneos que brindaron una resolución más integral para el abordaje del público, como Barbero, Canclini y el propio Castels, que nos sirvieron para enmarcar las audiencias en un contexto de relaciones de poder con la estructura cultural y política.

En lo que respecta al concepto de pensamiento crítico hay que destacar que esta variable fue caracterizada a partir de un arduo proceso pendular entre la psicopedagogía y la sociología, inclinándonos finalmente por la segunda, rescatando las dimensiones más contextuales que cognitivas del concepto, problematizando el mismo, dotándolo de apertura y reconociendo las diferentes subjetividades de las biografías de las unidades analizadas, y no tomándolo como una variable “medible”, en el sentido positivista.

2.2 Multicontextualidad de las audiencias

Diferentes espacios socio- simbólicos al que los sujetos pertenecen condicionan su forma de ser en el mundo y de ser audiencias, así lo sostienen Jacks y Orozco Gómez (2015), cuando en esa obra reflexionan acerca de la mediación estructural enmarcada dentro del Modelo de la Multimediación de Guillermo Orozco y sostienen que el receptor es fuente de mediación de diferentes caracteres. Uno de ellos es la mediación estructural, está formada por la edad, el sexo, la religión, la escolaridad, el nivel socioeconómico, el grupo étnico, etc. Son elementos de identidad que sirven de referencia, conformando su forma de pensar y de actuar, o sea, son elementos que intervienen en el proceso de construcción del conocimiento y la producción de sentido

Además como lo sostiene Morley, pero también Barbero en su teoría de las mediaciones (1987); Grimson y Varela en su estudio sobre la televisión (1999), Sunkel en su recorrido por los estudios de comunicación en Latinoamérica (2006), y Mordichowicz (2008) en su análisis de jóvenes y consumo de medios, los públicos se ven afectados por diferentes esferas del mundo de la vida y del mundo global, lo que hace que el pensamiento, así también como las formas de hacer y sentir de los sujetos se vea influenciado de forma diversa, y no unidireccionalmente. Otros aspectos sociales, culturales y políticos, además de la especificidad de la educación formal influyen en el consumo y apropiación de los medios. Es por eso necesario tomarlos en cuenta.

2.3 Estrategia Metodológica

La estrategia que se utilizó posee un enfoque complementario, entre técnicas cuantitativas y cualitativas. Es un acercamiento exploratorio a un objeto, que en el contexto que se menciona, ha sido escasamente abordado. El proceso investigativo se dividió en dos grandes instancias. Primero se elaboró y aplicó una encuesta semiestructurada a alumnos de las cuatro facultades: Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud; Facultad de Agronomía; Facultad de Forestales y la Facultad de Ciencias Exactas. Se recolectó información acerca del acceso, consumo y uso de los medios locales, lo que permitió establecer un panorama general del estudiante como consumidor de medios y permitió abrir camino para la segunda instancia, la más rica e interesante donde a través de entrevistas en profundidad se ahondó en el modo en que la universidad y sus diferentes espacios de socialización han influenciado en la construcción de su pensamiento crítico y en el tratamiento de la información, tópico del que básicamente trata este trabajo.

Se trabajó con una muestra intencionada por criterios (o por juicios, según Mejía Navarrete). Los criterios que colaboran de forma directa con la construcción y el estudio del objeto en relación a las unidades de análisis fueron:

1. *Que los alumnos estén cursando el último año de la carrera.* Este criterio se justifica en que según

los estudios presentados por Malciades Vivas, existe una gran diferencia entre los estudiantes de los primeros años y los últimos, en la construcción de pensamiento crítico. Asegura que la influencia de la universidad se evidencia más en estos últimos ya que ha transcurrido por un determinado proceso de adaptación y aprendizaje en este contexto educativo. Por lo que consideramos que los aportes serán muchos más ricos en estas unidades de análisis.

2. *Que la carrera que cursen sea de modalidad presencial;* debido a que se está trabajando con la universidad en su conjunto y no solamente en el área académica, consideramos necesario que los estudiantes seleccionados hayan participado de ámbitos de co-presencia, además del aula, como la militancia política, los pasillos y la relación con otros estudiantes, pues esto aportará a su construcción de conocimiento de manera diferente a otros procesos. Además este criterio se relaciona con los recursos del investigador, tanto económicos como burocráticos, con los que contaba en ese momento para poder realizar la investigación.

3. Que pertenezcan a las categorías de carreras *monoparadigmáticas* y las *multiparadigmáticas*: estas distinciones fueron realizadas por Biglan (1973), al considerar que existen diferencias interesantes, entre unas y otras, al momento de construir los argumentos.

Con las entrevistas en profundidad se ahondo en la variable de pensamiento crítico, la experiencia universitaria en la generación de conocimiento y como esta ha influido en el consumo y análisis de la información a las que están expuestas, diariamente a través de los medios de comunicación.

La delimitación de la muestra estuvo enmarcada en un proyecto de tesis de grado, por lo que el número está lejos de ser representativo del número total de estudiantes de las cuatro facultades, solo buscamos aproximarnos a un objeto no abordado.

Las encuestas realizadas fueron 50 en total, distribuidas por las cuatro facultades. Y los casos críticos en donde se aplicaron las entrevistas en profundidad fueron 6 (seis).

3. Caracterización general de las unidades de análisis. Audiencias situadas y multicontextuales

En términos generales el estudiante avanzado de la UNSE, se caracteriza por: una edad media de 26 años; su lugar de residencia y de procedencia es Ciudad Capital o ciudad de La Banda; trabaja o ha trabajado en este último año; no participa regular y activamente de movimientos políticos -ni fuera ni dentro de la universidad- aunque sí ha tenido contacto con alguno eventualmente. Es un asiduo consumidor de medios, principalmente de las plataformas de internet.

La edad -traducida al concepto de generación- no es un dato menor, pues según Roxana Mordichowcz (2006) en los jóvenes opera una lógica de consumo mediático diferente a la de otros grupos sociales, ya que pertenecen a la denominada generación multimedia. Que se caracteriza por la diversidad en la oferta mediática, pero además por el uso en simultaneo que los individuos ejercen de ella. La edad se convierte en un indicador de los tipos de formato que las personas consumen, por ejemplo, las redes sociales y el uso generalizado de internet en detrimento de la prensa escrita es un rasgo casi exclusivo de los jóvenes hasta 25 años.

4. Desarrollo y resultados

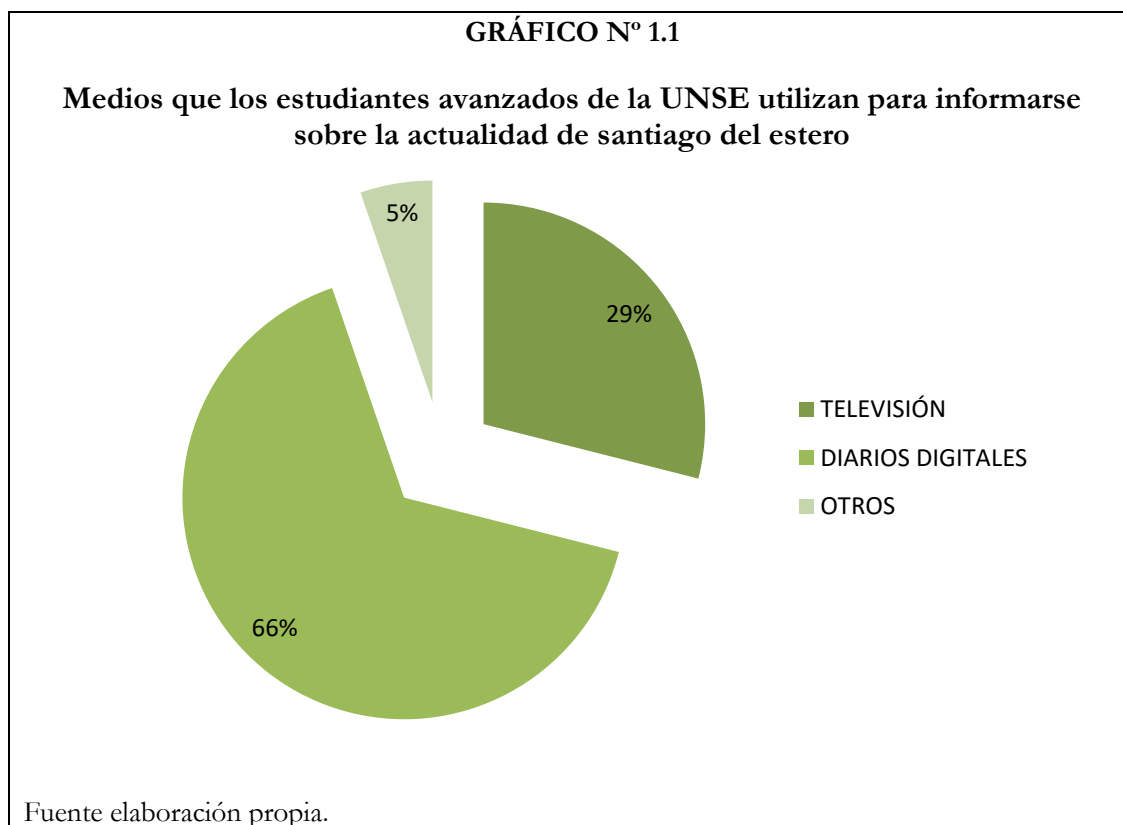
4.1 Principales medios de consumo. La era de los diarios digitales

Cuando se indagó sobre del principal medio que utilizan para informarse acerca de lo que sucede en Santiago del Estero siete de cada diez estudiantes respondieron que lo hacían a través de diarios digitales; mientras que tres de cada diez preferían la televisión (tradicional) y un grupo muy reducido explicitó que lo hacía a través las redes sociales.

El consumo de los formatos digitales tiene una enorme presencia en el periodo histórico que atravesamos. El avance de las nuevas tecnologías y de internet, así lo demuestran. Y esto no presenta una noticia para el mundo académico. Sin embargo, el estudio presentado en septiembre de 2014 por DsD (El diario web Diario sobre Diario)³, sostiene que hay regiones en nuestro país en las que la tirada de diarios impresos se ha acrecentado en los últimos años, tal es el caso del norte de la Argentina, particularmente en las provincias de Tucumán, Jujuy, Salta y Santiago del Estero, este último teniendo como representante al ya tradicional diario “El Liberal”. El artículo afirma que:

A contramano de la tendencia general en otras partes del país, los diarios de esta región consolidaron sus ventas en la última década. Ninguno de los seis matutinos relevados vende menos que en 2004. Además, tres de ellos, La Gaceta de Tucumán, El Tribuno de Salta y El Liberal de Santiago del Estero, se posicionaron entre los ocho provinciales más vendidos de Argentina (DsD, 2014).

En la muestra analizada solo un (1) estudiante universitario admitió informarse a través de diarios en formato impreso. Considerando que se trata de una categoría social específica, sería necesario ahondar en los informes del DsD que ha presentado datos en relación al aumento de la venta de diarios impresos en nuestra región, pero no se sabe por el momento qué sectores sociales son los mayoritariamente implicados en este proceso. Un planteo interesante para posteriores indagaciones sería desagregar el estudio de consumo de medios por regiones (los principales centros urbanos y comunidades más pequeñas hacia dentro de la provincia, por ejemplo), estratos sociales, grupos etarios, entre otros, con el propósito de brindar una información más detallada de la distribución del consumo y por ende de una caracterización más precisa de las audiencias situadas. A continuación, el gráfico N° 1.1 expone lo relatado en párrafos previos en cuanto a las preferencias en el uso de medios de los estudiantes de la UNSE:



³ El artículo con el informe: http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/374-el-noa-es-el-ultimo-bastion-donde-aun-crece-en-ventas-el-diario-papel.php#.Vs_jUPnhDtR

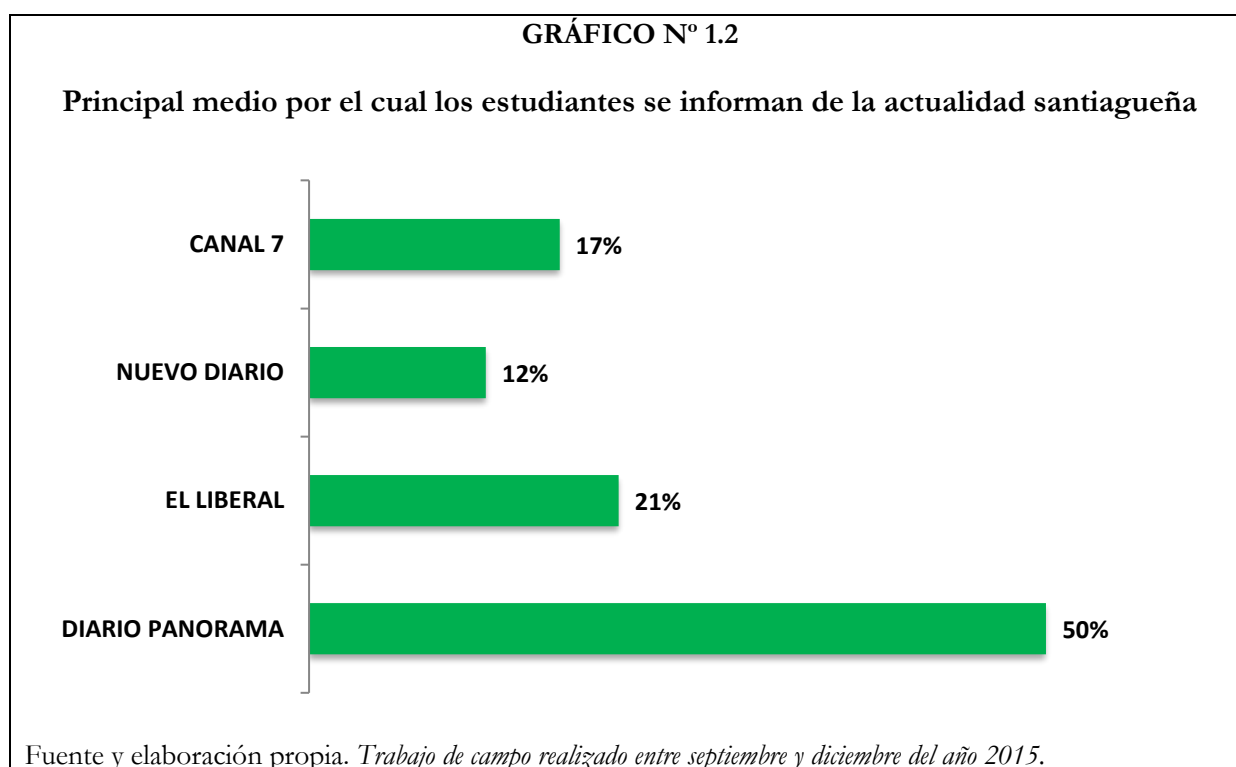
A pesar de esto, es claro que los diarios impresos tienen fuerte presencia, y marcan la agenda mediática de sociedades en contextos periféricos donde hay muy bajo porcentaje de desarrollo y penetración de los medios audiovisuales locales en comparación a los nacionales (Picco, 2012) tal es el caso de la sociedad santiaguense.

Los únicos dos **diarios** de la provincia, *El Liberal* y *Nuevo Diario*, con el tiempo han adquirido plataformas digitales y gozan de gran popularidad también en el mundo “online”. Los estudiantes universitarios que frecuentan internet y muchos de los cuales podrían considerarse nativos digitales⁴, hacen un multiuso del medio: pueden consultar directamente los diarios, o informarse a través de los links compartidos en alguna red social. De esta forma queda evidenciado que conocen los temas de la agenda pública principalmente a través de ellos.

Sin embargo, hay que tomar ciertas precauciones. En los diarios de plataforma digital la información que se exhibe no es tal cual se la presenta en los diarios impresos. Primero es mucho menos detallada; segundo, hay noticias que directamente aparecen en papel y no se muestran en la web y además, las columnas de opinión política por ejemplo, no son retomadas por los formatos digitales. El caso emblemático en este sentido es el del diario “El Liberal”.

4.1.1 Diario Panorama el elegido por los estudiantes.

Llegados a este punto es necesario reflexionar acerca del medio principal que los estudiantes santiaguenses encuestados eligen y cuales han dejado de lado. La primera categoría hace referencia al principal medio que utilizan para informarse, no a al único. Debe entenderse *principal medio* como aquel al que recurren primero, del que se valen con mayor frecuencia, en el que por alguna razón tienen más confianza y el que les marca la agenda de lo que está sucediendo en Santiago del Estero. Empero esto no significa, que no acudan a otros medios.



⁴ Prensky (2001) describe a los nativos digitales como las personas que, rodeadas desde temprana edad por las nuevas tecnologías (por ejemplo: computadoras, videojuegos, cámaras de video, celulares) y los nuevos medios de comunicación que consumen masivamente, desarrollan otra manera de pensar y de entender el mundo. Por oposición, define al inmigrante digital como la persona nacida y educada antes del auge de las nuevas tecnologías.

Como se puede ver en el gráfico 1.2 Diario Panorama obtiene el primer lugar en las respuestas de los estudiantes en relación a la pregunta por qué medio se informan acerca de lo que sucede en Santiago del Estero (pregunta abierta). Es más, los que habían contestado que utilizaban a la tv como principal medio para informarse, cuando se les consulto por el nombre del programa eligieron este diario web. Aclaremos que los estudiantes podían contestar más de una opción, por lo que las categorías fueron ordenadas según la cantidad de veces que aparecieron en el total de las encuestas.

Diario Panorama es el diario digital de un multimedios⁵ que a su vez es parte de un holding de empresas con negocios diversificados en el sector de los servicios. Las acciones de este medio pertenecen al grupo Ick, accionistas principales de diario El Liberal y Canal 7.

Este portal digital de noticias (que no posee versión impresa) se caracteriza por la brevedad –sino la inmediatez- con la que se suben las noticias, y por la gran interacción con la audiencia. Propone desde concursos, hasta que los propios lectores suban información on line, en diferentes formatos: fotos, videos, acompañados de una breve descripción. Esto ha permitido al público relacionarse con los supuestos emisores. Se observa de esta manera, como el mundo de internet, posibilita que un diario interactúe con los lectores, que si bien nunca fueron pasivos, ahora lo son mucho menos. Estos parecen adentrarse en la producción y establecer otra lógica de la información. Algo que resulta impensado hace unas décadas atrás.

Esto recuerda a las conclusiones que Umberto Eco (1983) elabora acerca de la televisión y sus dos categorías: la paleotelevisión y la neotelevisión. En esta segunda los usuarios ya no son meros espectadores sino que se convierten en protagonistas, llaman para quejarse porque no les gustó el final de la novela; participan de concursos por premios; interactúan con el animador y participan de reality shows. Algo parecido sucede con otros medios, como los diarios digitales, por ejemplo *Panorama*, donde la interacción del diario con el público se ha vuelto constante.

Este medio digital pertenece a los mismos dueños del principal diario santiagueño, El Liberal, y al mismo tiempo son proveedores de servicios del estado provincial. Hay que aclarar que este –Diario Panorama- es básicamente un medio de noticias de actualidad y no de opinión⁶. Sin embargo, no se encuentran a menudo –nunca- algún tipo de crítica o noticias que afecten a la imagen del gobierno provincial, es decir, noticias como protestas o levantamientos en contra de la gestión estatal provincial.

En este contexto ¿Cuál es el rol de las audiencias – en este caso los estudiantes universitarios- frente a esto? En primera instancia es necesario decir que los estudiantes eligen como principal medio para informarse a uno que caracteriza por: brevedad de las notas, inmediatez de la información, noticias de particulares (hechos de inseguridad, accidentes), no posee notas de opinión. Se encuentra en “sintonía discursiva” con el gobierno de turno. No obstante, esto no quiere decir que sea el único canal de información.

Sin embargo, el medio que marca su agenda de noticias sobre la provincia es un medio que tiene información inmediata sí, pero acotada y acomodada a aun discurso compartido con otros dos grandes ejes de poder, además es verdad que existe interacción con los usuarios (habría que ahondar más, para ver qué tipo de *feed back* tiene en este sentido con los estudiantes). Por el momento se observa una *interacción limitada*, donde no se admite ninguna noticia que pudiera afectar ciertos intereses- principalmente a la de la gestión gubernamental local actual-, entonces la libertad de voces y la visibilización de los usuarios como emisores queda restringida a la imposibilidad de que cierta información que propongan pueda ser mediatizada.

Cuando se indagó acerca de otros medios con los cuales los estudiantes se informaban acerca de lo que sucedía en la provincia, el indicador marca a la televisión como segundo soporte de consulta. El

⁵ Un multimedios o multimedio es una estructura empresaria que se caracteriza por articular un conjunto de medios de comunicación de distinta naturaleza (clásicamente prensa escrita, televisión y radio) en manos de un mismo grupo propietario.

⁶ Cuando sostengo que no es de opinión, solo me estoy refiriendo que no hay notas de opinión presentadas como tales. Sin entrar en ninguna polémica, esta es la definición de la que aquí partiremos. Este tipo de notas forman parte de la línea editorial de Panorama, pero fueron dejadas de lado, por los pocos “clics” que presentaban – según la versión oficial.

único canal de aire de la provincia y sus noticieros⁷ gozan de exclusividad en el podio de la demanda de la pantalla chica. La misma estructura discurso-política y la misma lógica de contenido que caracteriza a *Diario Panorama* es la que identifica estos noticieros. Al interior de los contenidos que la tv de aire local ofrece se puede observar en determinados horarios que se reproduce las noticias de *Diario Panorama*, acompañados de fondo por la radio del mismo nombre.

La información sobre actualidad nacional que si bien encuentra un mínimo de resguardo en este canal, es la producida y analizada en Buenos Aires. Lo único que se propone desde este medio es la *reproducción* de esos contenidos.

Dentro de este panorama donde los programas se tratan básicamente de *emitir* información, pero no discutirla –reflexionarla, debatir con otros pares o con el público; hay programas como *Libertad de Opinión* que está basado principalmente en el debate (aunque no con el público) que propone una interacción con otras voces, figuras invitadas y no solo del ámbito local (con diferentes posicionamientos políticos e ideológicos) sino del ámbito nacional –acrecentado por ejemplo en años electorales.

Un análisis más minucioso de canal 7 y sus programas y los entramados políticos y empresarial ya es especificado por Picco (2012), solo se quiere hacer aquí breve alusión a los programas con los cuales se informan los estudiantes en el ámbito local, y cuales se considera que colaboran a la discusión y a la construcción de pensamiento crítico.

Hecha la descripción de los principales consumos de los medios locales por los estudiantes, el siguiente apartado da cuenta de la manera en que los jóvenes analizan críticamente esa información y en qué medida la universidad contribuye a dicho análisis crítico.

4.2 La universidad y el pensamiento crítico, formas de consumir medios masivos

La influencia que la universidad ha tenido en el pensamiento -crítico- de los estudiantes es un tema que ha sido abordado muchas veces pero que no ha llegado a resultados concluyentes (Vivas, 2003).

Entenderemos en líneas generales al pensamiento crítico como pensamiento reflexivo, un pensamiento que se piensa a sí mismo, es decir, metacognitivo, lo que hace posible que se autoevalúe y optimice a sí mismo en el proceso. Es precisamente lo metacognitivo de este pensamiento lo que contribuye para que la persona pueda llegar a conocer su propio sistema cognitivo (conocimientos, estrategias, motivaciones y sentimientos), y que pueda llegar a intervenir para mejorar dicho sistema, mediante la planificación, supervisión y evaluación de su actividad (Santiuste Bermejo, 2001, citado en Marciales Vivas, 2003). El ejercicio del pensamiento crítico supone valorar desde criterios razonables y tomando en cuenta los contextos en los cuales tales valoraciones son formuladas.

Si bien el concepto de pensamiento crítico que aquí hemos utilizado proviene de una tradición psicológica, no lo hemos adoptado tal y como lo propone Santiuste y sus derivados. Sus categorías analíticas nos parecen las indicadas sobre todo para un trabajo exploratorio, pero se le ha dado un giro epistemológico relacionándolo con los contextos socio-simbólicos en el que los jóvenes están insertos, dando especial importancia a la universidad y a sus subespacios. Es decir, una mirada mucho más sociológica, centrándonos en la dimensión contextual del pensamiento.

Esta dimensión se refiere a las fuentes de emergencia del pensamiento, principal contexto de pensamiento: el social e histórico. Vivimos en lugares con culturas determinadas, y de esa cultura

⁷ Recuérdese que este estudio se ha centrado en los programas informativos, es decir, aquellos por los cuales la audiencia busca conocer acerca de la actualidad de la provincia, tanto político, económica como socialmente. El noticiero de canal de 7 (Noticiero 7) tiene dos grandes emisiones, que sigue el formato tradicional de noticieros con presentadores que refieren a los hechos de actualidad (tanto del contexto local, nacional e internacional). A este se podría sumar un matutino conducido por el periodista Rogelio Llapur, donde el formato hace caso a un tipo de mesa debate, donde se discute sobre los temas actuales, y que se transmite en simultaneo por Radio Panorama.

aprendemos el pensamiento socialmente objetivado. La dimensión contextual nos da el poder de examinar el contenido social y biográfico en el cual se lleva a cabo la actividad del pensamiento y del cual es una expresión. Permite analizar la ideología política también, en la relación a la sociedad de la que se forma parte. Y además permite reconocer factores culturales que son importantes para entender las diferentes cuestiones que aquí nos planteamos.

A partir de ellos consultamos a los estudiantes: ¿La universidad brinda herramientas para pensar los medios locales? ¿Cuáles? ¿De qué manera?

De lo estudiantes encuestados el 100% contestó a esta respuesta afirmativamente, lo que podría sugerir dos cuestiones. 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 otra parte, esto abre la posibilidad a nuevas conjeturas en torno al análisis del 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.

En una primera instancia, se propuso la selección de estas herramientas con una categorización cerrada respondiendo a la pregunta de cuáles consideraban ellos que eran las herramientas que la universidad les había brindado para pensar la información a la están expuestos. Se les pidió que si contestaban más de una las ordenaran por orden de importancia. Los *conocimientos adquiridos* en las cátedras –dentro del aula- obtuvieron en el primer lugar mientras que las que denominamos *sociales* y *políticas* se ubican en el segundo puesto.

Los conocimientos específicos obtenidos en cada cátedra son los que los estudiantes creen colaboran principalmente al momento de tratar la información a la que están expuestos diariamente. Sin embargo, claro está que las cátedras según las carreras -y sus profesores- tienen planes de estudio y dictados muy diferentes. Pero no solo se trata de una cuestión teórica sino de los procesos pedagógicos que se hacen efectivos dentro del aula, el rol del estudiante, el rol del profesor.

A través de las entrevistas los estudiantes se expresaban de formas tales como:

“La universidad me ha brindado muchas herramientas, desde las técnicas o teorías que puedo haber tenido en clases, desde la militancia y además el charlar con otras personas, compañeros, profesores, chicos de otras agrupaciones que capaz sin haber venido a la universidad no las tendría.” (Estudiante de Sociología, 24 años)

“Yo creo que me brindó herramientas básicamente teóricas, porque las de las práctica y contacto con la realidad, las he ido construyendo yo desde mi lugar. Pero sí muchas cosas que antes no prestaba atención sobre todo en el ámbito de la salud, ahora me detengo a ver o escuchar porque tengo más conocimientos en ese sentido.” (Estudiante de Educación para la Salud, 26 años)

“Estar dentro de la universidad me posibilita escuchar otras voces, relacionarme con gente de diferentes carreras, no solo compañeros de la carrera sino con de otras, así también de los partidos políticos (...) dentro del aula materias como economía me han ayudado mucho a entender un poco más de la realidad y analizar lo que veo en los medios” (Estudiante de Matemáticas, 24 años)

Al respecto es Tsui (1999) quien reporta que las tareas escritas y la retroalimentación del profesor sobre el trabajo del alumno, afectan positivamente el desarrollo del pensamiento crítico. Asimismo, tienen gran incidencia trabajar en un proyecto grupal, hacer presentaciones en clase, y tomar un examen a manera de ensayo. Tales prácticas tienen en común que ponen al estudiante a construir respuestas propias a preguntas, problemas o retos y no a memorizar, reconocer o seleccionar respuestas correctas o no. (Vivas, 2003, p. 202)

4.3 Asignaturas reflexivas. ¿El refugio del pensamiento crítico?

Cuando hablamos de la universidad la asociamos a procesos educativos académicos, pero también a una formación ciudadana, política y social. Aun así son los planes de estudio los que

estructuran, de cierta manera, el perfil de los profesionales. No obstante existen espacios dentro de la universidad pero fuera de la “clase” que son grandes influentes en el pensamiento del estudiante.

Pero volviendo al aula y a los planes de estudio. ¿Tienen estos un anclaje con la cotidianeidad de los actores involucrados? Una de las grandes discusiones que se da en el ámbito intelectual latinoamericano es la regionalización del conocimiento, es decir, a qué nivel de relación están los conocimientos teóricos ofrecidos por las instituciones universitarias con la realidad más inmediata en la que los jóvenes están insertos, tanto en el ámbito geográfico, como histórico, político y social. Apuntando sobre este eje se le consultó a los jóvenes si en sus cátedras existían discusiones o propuestas sobre la realidad actual de la provincia, y encontramos una diferencia considerable entre la carreras que se denominan multiparadigmáticas de las que han sido llamadas monoparadigmáticas, según la clasificación de Biglan

Cuando se les pidió que nombraran algunas de esas materias, los estudiantes de las ingenierías y ciencias exactas que habían contestado que si reflexionaban sobre temas de actualidad en su carrera, la *economía* fue la asignatura destacada, una ciencia que es social y que si se la extrapolara a la categorización bigleana estaría ubicada dentro de las disciplinas multiparadigmáticas. Una paradoja que al mismo tiempo puede ser interpretada como un proceso de complementariedad entre estas dos categorías arbitrarias. Que dos *modos de hacer* profesionales tengan estos puntos de encuentro quiere decir que ninguna división es tan tajante y que en los mismos planes de estudio que parecen diferentes en realidad podemos encontrar algunas salvedades.

“En mi carrera si tuvimos materias que nos hacían pensar la realidad actual, y eso me sirvió para prestar más atención a las noticias que veía en la tele o en el diario (...) economía una materia que nos hacía pensar y relacionar lo que veíamos ahí con los problemas sociales (...) la profesora tenía mucho que ver en que la materia sea así, porque hacía que nos interesemos al hacernos ver como todo eso influye en nuestras vidas y en nuestras carreras.” (Estudiante de Ingeniería en Alimentos, 28 años)

Por un lado la universidad, es entendida por los estudiantes como un espacio socio-simbólico que permite el cambio de mentalidad de las personas que la transitan, por lo menos como estudiantes. Es decir reconocen que esta institución ha influenciado en la manera de pensar el mundo y de pensar los mensajes a los que están expuestos. De las entrevistas se obtuvieron repuestas como estas:

“Yo creo que me ha cambiado la mentalidad de consumo completamente, yo antes no leía ningún diario, solo tonteras. Y ahora no, busco estar informada, y eso tiene mucho que ver con la carrera que he elegido, pero más con mi militancia política dentro de la universidad (...) y además ahora analizo un poco más de donde viene la información, me gusta saber. Siento que soy más crítica en ese sentido.” (Estudiante de Sociología, 24 años)

“El paso por la universidad, me ha permitido ser más selectiva con la información además busco noticias cortas que me den un panorama de lo que sucede en la provincia, y ya no leo todo, porque ahora sé que es más de lo mismo y después me enfoco en lo que tiene que ver con mi carrera” (Estudiante de Ingeniería en Alimentos, 28 años)

Por otro lado la universidad es presentada como un espacio que da la posibilidad de escuchar diferentes voces y diferentes posturas de los hechos y que los estudiantes construyan sus propias opiniones argumentadas de forma múltiple.

“(…) uno en la universidad se encuentra con profesores, compañeros con diferentes ideologías y al estar en contacto con ellos uno puede conocer a través del diálogo distintas realidades, que nos va haciendo crecer y desarrollar nuestro pensamiento crítico.” (Estudiante de Matemáticas, 24 años)

La universidad se convierte, no en un espacio unificador de conocimientos e ideologías, sino en ámbito de proliferación constante de diferentes voces y posicionamientos, reconfigurando el lugar de los actores, tanto como de estudiantes como de público, permitiéndole interactuar en diferentes terrenos arremetiendo contra las posturas dualistas de producción y consumo.

4.4 *Los movimientos políticos universitarios. Construcción de ideas y medios*

Dentro de la universidad un claro ejemplo de lo que se ha denominado comunidades interpretativas son las *agrupaciones políticas estudiantiles*. Estas implican una manera particular de reflexionar acerca de la realidad y de la forma en la que se la piensa.

Herramientas particulares son las que se construyen con el ejercicio de la militancia, disímiles a las que podrían surgir de las actividades en el aula o la práctica profesional, por ejemplo. Las lógicas son muy diferentes, así lo expresan los estudiantes entrevistados.

Como se ha visto anteriormente de todos los estudiantes que se encuestaron una menor porción admitieron participar en movimientos políticos, lo que resulta ser un dato interesante para futuras líneas de investigación que pretendan ampliar este estudio y elaborar un perfil más o menos acabado del estudiante promedio de la UNSE. Sin embargo, es necesario considerar la esfera política al ser un campo que interpela a los estudiantes que participan en ella activamente. Siguiendo con este planteo los estudiantes entrevistados se expresaron diciendo:

“Por la agrupación política en la que milito, aprendí a tener otra mirada de la realidad y de los medios. En general en las cátedras se alimenta el mensaje de los medios, y siempre opinando a fábrica del neoliberalismo como si fuese una verdad absoluta (en las pocas cátedras en que se habla de estos temas). No hay pensamiento crítico.” (Estudiante de la Licenciatura en Administración, 25 años).

“Yo creo que las cátedras me han brindado herramientas técnicas para comprender la información a la que estoy expuesta, sobre todo la economía, pero el interés por buscar información, contrastarla y demás eso me lo ha dado la militancia.” (Estudiante de Sociología, 24 años)

“En mi carrera no se plantea un análisis ni de los medios de comunicación, ni de la actualidad. Pero si me he sentido influenciado por algunos movimientos estudiantiles que han planteado y abierto debate sobre el tema en muchas ocasiones. Además de charlas con estudiantes de diferentes facultades y profesores fuera del aula.” (Estudiante de la Licenciatura en Matemáticas, 24 años).

De esta manera se observa como la racionalidad con la que operan las ideas de estos estudiantes, es diferente a la que desarrollamos más arriba, el foco está presente no solo en el acceso a la información y la importancia de la pluralidad de voces, sino en analizar de qué modelos políticos ideológicos provienen las ideas y cuáles son las discusiones que existen acerca de ellas. Lo que no significa que los demás estudiantes no lo hagan, sino que estos admiten como principal fuente de motivación para realizar estas reflexiones al grupo social del que participan. Otros estudiantes podrían analizar los intereses políticos de la información mediática, individualmente, o en relación a grupos o comunidades interpretativas.

Es por eso no se sostiene que la construcción del pensamiento crítico de los militantes pueda ser superior al de los que no lo son, sino que opera de diferente forma. Esto por lo tanto podría estar relacionado con el uso que hacen de un espacio particular dentro de la universidad. Es una muestra más de la multicontextualidad de las audiencias.

Además como sostiene el estudiante de matemáticas, sin ser militante ha tenido y tiene relación con los movimientos estudiantiles y con las actividades propuestas por ellos; lo que modifica o influencia su pensamiento al momento de analizar la información. Ese contacto puede estar dado por relación directa con el movimiento político a través de actividades, foros, encuentros; ser simpatizante de las ideas y acciones que la agrupación propone pero no militar activamente, o tener un vínculo con los movimientos estudiantiles por amigos o allegados que de él participen, por ejemplo.

4.5 *Las pasantías y las prácticas profesionales como fuentes de contrastación con la realidad mediática*

Como se viene planteando los espacios que componen la universidad son diversos, desde las

aulas y sus cátedras, pasando por la militancia política, siguiendo por congresos y voluntariados, llegando a los pasillos que se han convertido en bastión indiscutible de la educación pública al momento de fabricar ideas, se puede decir con certeza que la relación que los estudiantes establecen con estos espacios pueden dar cuenta de cómo influyen unos sobre otros para cambiar la percepción que se tiene del mundo.

Las carreras además de ofrecer conocimientos teóricos, ofrecen conocimientos prácticos que colaboran en la formación de profesionales como actores sociales insertos en un contexto histórico determinado. De ello deriva que queden establecidos seminarios de práctica profesional, pasantías, visitas al campo, etc., según la carrera que se trate.

El vínculo con la comunidad, con actores fuera del ámbito universitario les permite a los estudiantes tener la posibilidad de construir su pensamiento y su imagen acerca del contexto político-social a través de elementos particulares, como la voz de la comunidad y su forma de ver y de vivir en Santiago del Estero.

Así lo expresaba un estudiante de Educación para la Salud:

“Durante el cursado de seminario de práctica, me ha tocado trabajar con un comedor en el barrio 8 de abril, donde trabajaba la temática de violencia y derechos humanos (...) y te sientes desprovisto de herramientas para trabajar, porque todas esas que te habían dado en el aula, las tienes que reconstruir todo el tiempo (...) estas inserto dentro de la complejidad misma y no ha sido formado para eso.

En ese momento me ha pasado algo muy particular que casualmente me ha hecho pensar esto de los medios, y que es lo que preocupa, qué es lo que sirve para vender (...) Habrá sido el tercer o cuarto encuentro y un changuito del barrio muere, nunca salió en los diarios, lo buscábamos lo buscábamos y nada. No había salido. De esa forma entendía como se invisibiliza a ciertas personas por pertenecer al sector que pertenece, el marginal. Eso me ha llevado a pensar mucho qué y cómo consumir”. (Estudiante la Licenciatura en Educación para la Salud, 26 años)

Sobre el mismo punto una estudiante de sociología decía:

“Yo tuve la oportunidad de participar mientras cursaba en el relevamiento de datos de un programa nacional que se estaba aplicando en Santiago, y aprendí muchas cosas estando ahí dentro que en otro lugar no las hubiera aprendido, así como también como se tergiversa la información, como se baja línea y como se muestra la información siempre respondiendo a ciertos intereses.” (Estudiante de Sociología, 24 años).

Se puede ver aquí claramente como surgen elementos del vínculo directo con la comunidad, que si bien está enmarcada dentro la institucionalidad de una cátedra como requisito para aprobar la materia, son procesos que solo se viven fuera del aula. Así lo advierte el estudiante entrevistado al reconocer una diferencia tajante entre los procesos áulicos y a los que se ha expuesto al trabajar en ese comedor y como esto ha colaborado a pensar la información a la que está expuesto -y la que no se mediatiza- y elaborar sus propias conclusiones acerca de esto.

5. Conclusiones

Las audiencias son por definición agentes sociales, y como tales su poder de transformación es innato, esa transformación puede darse en diferentes niveles y en diferentes espacios, con bases y proyecciones distintas, haciendo necesario que al momento de estudiarlas todo esto sea tomado en cuenta. La sociología es una disciplina que en sintonía con otras tiene herramientas que colaboran con ello.

Algunos contextos pueden ser más complejos que otros; así la distribución de medios que existe en un espacio determinado, la estructura política, y las relaciones entre unos y otros pueden variar mucho por ejemplo si hablamos de un estado nacional y de los estados subnacionales, por ejemplo.

Cuando las audiencias se enfrentan a medios poderosos que además se vinculan al poder

político en una sociedad tradicional como la de Santiago del Estero, las audiencias no solo tienen la capacidad sino el *deber* de hacer frente a los monodiscursos imperantes, generando algo así como mecanismos de defensa destinados a desestabilizar el intento por ejercer un poder que busca ser absoluto.

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 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 adquiridos que en las cátedras que les sirven para comprender noticias con cierto contenido técnico. Del mismo modo emplean para detectar relaciones entre elementos y procesos que les sirve para dismantelar el “engaño” o la persuasión con la que muchas veces algunos medios actúan, esto se hace presente particularmente en las carreras multiparadigmáticas, sin embargo en las monoparadigmáticas, los estudiantes destacan asignaturas tales como la economía que según ellos les ayudan a interpretar mensajes mediáticos en la coyuntura en la que vivimos. Además se destacan aquí los procesos pedagógicos dentro del aula, y el rol que desempeña el profesor como propulsor de dudas y debates, muy valorado por los propios alumnos.

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 a 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 parece tan lejana que la desconocen. A partir de allí, algunos sabrán que hay cosas que se ven, sujetos con los que se trata, relaciones que se establecen, poderes invisibles -y otros no tanto- que se ejercen una y otra vez y que no aparecen en esos medios que ellos consumen.

Por la misma línea, pero ya no como pasantes o practicantes, estudiantes admiten que la principal fuente con la cual contrastan la información mediática es *el salir a la calle*, charlar con el vecino, ir al centro y ver, por ejemplo, protestas multitudinarias que no salieron en ningún medio que ellos consumían. Es simple, no hace falta ni que busquen un diario o portal alternativo porque lo están viendo con sus propios ojos y saben que los grandes medios locales lo ocultan, pero del mismo modo los siguen consumiendo por un motivo que es un raro coctel entre inercia y tradición popular.

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. Este artículo se asomó a un mundo compuesto por múltiples piezas y trató de brindar un panorama de algunas de ellas. Pero quedan muchas preguntas por responder relacionadas por ejemplo a las diferencias de la audiencia universitaria con otras que no lo sea; cuáles y como son los mecanismos de resignificación del mensaje que se obtienen en la vida diaria o de los círculos primarios, y que no tienen que ver con la universidad; el uso que se hace de otros medios locales y los medios nacionales. Un amplio abanico de puntos por tratar en un objeto fascinante que se conoce con el nombre de *audiencias*.

Referencias bibliográficas

- ALONSO ALONSO, María Margarita (Abril, 2011). *Televisión, audiencias y estudios culturales: reconceptualización de las audiencias mediáticas*. Revista: Razón y Palabra. www.razonypalabra.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 Martín (1999). *De los medios a las mediaciones. Comunicación. Cultura y hegemonía*. Editorial GG
- 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. N° 11. Pp 139-157
- 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/11R51Rr>
- HASKINS, Greg R. (2006) *A practical guide to critical thinking*. Recuperado en <https://www.fkm.utm.my/~kasim/mech/smj3513/criticalthinking2.pdf>
- 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 Patricia (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.; Cровi 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 Almansa (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
- 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.; Cровi 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.

PICCO, E. (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.

SUNKEL, Guillermo (2006) Consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación. 2º 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

TORRES, F. (2015). *Investigar la comunicación y formar comunicadores en América Latina hoy. Una conversación con Martín Barbero*. En Bolaño C.; Crovi 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

VILLARINI Ángel R. (2001). *Teoría Y Pedagogía del Pensamiento Crítico*. Perspectivas Psicológicas. Volúmenes 3 - 4 .Año IV. PP 35- 42

Sobre el autor

Ramito Del valle Llanos Paz

ramirollanospaz@gmail.com

Licenciado en Sociología. Integrante del equipo de Política y ciudadanía del Instituto de Estudios para el Desarrollo Social, FHCSyS, de la Universidad Nacional de Santiago del Estero.