



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Tayie, Samy; Pathak-Shelat, Manisha; Hirsjarvi, Irma

La interacción de los jóvenes con los medios en Egipto, India, Finlandia, Argentina y Kenia

Comunicar, vol. XX, núm. 39, 2012, pp. 53-63

Grupo Comunicar

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15823945006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

 redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Recibido: 14-11-2011 / Revisado: 01-03-2012
Aceptado: 28-03-2012 / Publicado: 01-10-2012

● Samy Tayie, Manisha Pathak-Shelat e Irma Hirsjarvi

DOI: 10.3916/C39-2012-02-05

El Cairo (Egipto), Wisconsin (EEUU) y Helsinki (Finlandia)

La interacción de los jóvenes con los medios en Egipto, India, Finlandia, Argentina y Kenia

Young People's Interaction with Media in Egypt, India, Finland, Argentina and Kenya

RESUMEN

En la actual sociedad de la información, encontrar, valorar y utilizar la comunicación es una estrategia fundamental de supervivencia. Los medios tradicionales y nuevos como las bibliotecas, archivos, medios de masas o Internet tienen una función crucial para las sociedades como fuentes de información. Este trabajo presenta los resultados de un estudio llevado a cabo en Egipto, India, Finlandia, Argentina y Kenia. Basado en una investigación empírica, ofrece una visión general de cómo los jóvenes de hoy en día utilizan diversas fuentes para la búsqueda de información y cuáles son sus implicaciones para los programas de alfabetización mediática. En concreto se explora cómo los jóvenes utilizan los medios digitales (nuevos y convencionales) tanto para buscar información como para difundirla. Los investigadores del proyecto recogieron los diarios de medios de comunicación de 175 niños de Argentina, 100 de Egipto, 160 de la India y 144 de Finlandia. Con la ayuda del Nokia Research Centre también pudimos obtener 48 diarios completos de Kenia. Todos los diarios fueron recogidos durante el primer semestre de 2010. Los hallazgos giran en torno a los esfuerzos internacionales, especialmente de la UNESCO, de fomentar la formación docente en alfabetización mediática, creando una conciencia mundial sobre este tipo de alfabetización en los profesores.

ABSTRACT

In contemporary information society, finding, evaluating and using information is a key survival skill. Conventional and new media such as libraries, archives, mass media and the Internet serve an important function in society as the sources of information. This chapter will focus on findings from research that was carried out in Egypt, India, Finland, Argentina and Kenya. Based on empirical research, it gives an overview of how young people today use a variety of sources for information seeking and describes the implications of these findings for media literacy programs. The chapter specifically explores young people's use of new digital and conventional media for information seeking and disseminating. Media diaries were collected from 175 children in Argentina, 100 in Egypt, 160 in India and 144 in Finland by the project researchers. With the help of the Nokia Research Centre we also managed to obtain 48 completed diaries from Kenya. All diaries were collected in the first half of 2010. Some light will also be shed on efforts led by international organizations, especially UNESCO, to foster teacher training in media and information literacy and create worldwide awareness of this competence.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Jóvenes, diarios, proveedores de información, uso de medios de comunicación, nuevos medios de comunicación, educación en medios, Internet, participación.

Young people, diaries, information providers, media use, new media, media education, Internet, participation.

◆ Dr. Samy Tayie es Catedrático en la Facultad de Comunicación de la Universidad de El Cairo (Egipto) (stayie@link.net).

◆ Dra. Manisha Pathak-Shelat es Investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Wisconsin-Madison (EEUU) (shelat@wisc.edu).

◆ Dra. Irma Hirsjarvi es Profesora e Investigadora de la Universidad Abierta (Finlandia) (irma.hirsjarvi@jyu.fi).

1. Introducción

El término «información» resulta aparentemente inocuo, sencillo y neutro. Encontrar, evaluar y usar información parece una actividad tan cotidiana que puede compararse con la respiración, pues es una acción de la que no somos siempre conscientes. La información, sin embargo, está intrínsecamente ligada a relaciones de poder, de hegemonía, y a algo tan básico como sobrevivir en la sociedad contemporánea. Es por ello que la información y la comunicación han sido piezas clave en los esfuerzos que se realizan desde la década de 1960 hacia el establecimiento de un nuevo orden mundial y, asimismo, ahora se considera la alfabetización informacional como un componente intrínseco a los programas de alfabetización mediática.

El proceso de búsqueda y procesamiento de la información se está haciendo cada vez más complejo por la multiplicación de las fuentes y de los canales de información, destruyendo el poder de las instituciones que actúan como «gate-keepers», de los flujos de los medios de comunicación global y el cambio de la información de consumo a la producción de información.

Nuestro panorama informativo incluye a los medios de comunicación convencionales y a las nuevas fuentes mediáticas como bibliotecas, medios de masas, medios alternativos, medios de comunicación comunitarios, archivos, señales, letreros, carteles, materiales comerciales y comunicaciones orales. Recorrer este paisaje informativo requiere de diferentes tipos de alfabetización. Los nuevos medios de comunicación digitales, cada vez más populares entre los jóvenes en todo el mundo, requieren de una serie adicional de alfabetizaciones críticas debido a la extensa cantidad de información producida por los usuarios. Los rápidos desarrollos de las nuevas plataformas mediáticas han dado nuevas dimensiones a los programas de alfabetización mediática.

La nueva alfabetización mediática es el resultado de una convergencia de toda la alfabetización desarro-

llada a lo largo de los siglos incluyendo la alfabetización clásica, la alfabetización audiovisual, la alfabetización digital y la alfabetización informacional, con una perspectiva humanista (Pérez-Tornero & al., 2010). Basados en esta noción de alfabetización mediática, Chen, Wu y Wang (2010) proponen un marco teórico que ofrece una visión sistemática de la nueva alfabetización mediática. Los autores exponen que la nueva alfabetización mediática puede ser entendida como



Alfabetización mediática crítica	Capaz de analizar y evaluar el contenido mediático en el nivel contextual y social para su entendimiento crítico. Capaz de criticar y sintetizar el contenido mediático, sus significados sociales incluidos, sus impactos, y construir un entendimiento propio.	Capaz de crear contenido mediático y entender su impacto social. Capaz de participar en ambientes de construcción mediática (por ejemplo: Second Life).
Alfabetización mediática funcional	Capaz de acceder y entender el contenido mediático en el nivel textual	Capaz de utilizar las tecnologías para crear contenido mediático (por ejemplo: operar una cámara o escribir un correo electrónico)
	Alfabetización mediática para el consumo	Alfabetización mediática para la producción

Chen, Wu y Wang (2010).

dos procesos continuos expresados, de un lado, desde la alfabetización del consumo a la alfabetización de la producción, y, por el otro, de la alfabetización funcional a la alfabetización crítica.

Los profesores de todo el mundo, dedicados a la alfabetización mediática, se han dado cuenta también de que las prácticas de alfabetización –incluidas la alfabetización mediática e informacional– son prácticas fijadas culturalmente. Una reunión de la UNESCO en Praga (2003) culminó con una declaración en la que se exigía a los gobiernos del mundo el desarrollo de programas interdisciplinarios para promover la alfabetización mediática como un paso necesario hacia la creación de una ciudadanía alfabetizada, de una sociedad civil efectiva y de una fuerza de trabajo competitiva. Sin embargo, la respuesta a esta demanda exige una precaución práctica. Las acciones llevadas a cabo en el pasado en las que se impusieron prácticas eurocéntricas y su currículum en una gran parte del mundo, han sido duramente criticadas. Cómo las estructuras informativas se organizan en diferentes ámbitos geopolíticos; asuntos sobre el acceso, la disponibilidad, y la participación; y entender cómo los públicos activos negocian sus propios significados basados en lo que ellos aportan a un texto (Curriculum UNESCO), son

factores importantes a considerar en el diseño de programas de alfabetización informacional. Asimismo, entender los obstáculos económicos, políticos, culturales y éticos que se imponen a la alfabetización mediática es de vital importancia. El papel de la investigación empírica en el entendimiento de las necesidades informativas de los jóvenes, su comportamiento como buscadores de información, y qué alfabetizaciones utilizan en el proceso, es, por tanto, crucial para el diseño exitoso y culturalmente relevante de los programas de alfabetización mediática. Al mismo tiempo, la investigación empírica ayudará a entender si las prácticas vis a vis de comportamiento informacional de los jóvenes son diferentes de las prácticas de las generaciones precedentes. El proyecto «Comparative Research in Youth Media participation», financiado por la Academy of Finland, es un ejemplo de investigación empírica que puede contribuir al desarrollo de programas de alfabetización mediática significativos. El proyecto llevado a cabo entre el 2009 y 2011 en Finlandia, Egipto, India y Argentina tuvo el objetivo de entender las prácticas de participación de los jóvenes en cuatro contextos diferentes. Este artículo, basado en la investigación empírica sobre las agendas mediáticas en Egipto, India, Finlandia, Argentina y Kenia, otorga una mirada panorámica sobre cómo los jóvenes de diferentes ámbitos geográficos y socioculturales interactúan hoy con una variedad de fuentes para la búsqueda y difusión de información, y cuáles pueden ser las implicaciones de los resultados para los programas de alfabetización mediática.

2. Metodología

La intención era recopilar agendas mediáticas, como parte del proyecto «Comparative Research in Youth Media Participation». Éste tuvo su origen en una reunión internacional en el Research Centre for Contemporary Culture de la Universidad de Jyväskylä, Finlandia, centro que ya había albergado una ex-

periencia similar «Un día con los medios» en Finlandia (Kytölä, Nirkko & Suoninen, 2003). Cerca de 1.500 personas de Finlandia reflexionaron sobre el uso que hacían de los medios en un día concreto, 29 de noviembre de 2001. En Finlandia, una colección de los diarios mediáticos realizados en un día de invierno, ya había sido publicada en 2001: «Suomalaisen päivä» (El día de un finlandés). Así, la idea clara de recopilar este tipo de datos acerca de los medios de comunicación contemporáneos quedó flotando en el aire. Este tipo de datos ha sido recopilado también en otras partes del mundo, como en Inglaterra por David

El papel de la investigación empírica en el entendimiento de las necesidades informativas de los jóvenes, su comportamiento como buscadores de información, y qué alfabetizaciones utilizan en el proceso, es, por tanto, crucial para el diseño exitoso y culturalmente relevante de los programas de alfabetización mediática. Al mismo tiempo, la investigación empírica ayudará a entender si las prácticas vis a vis de comportamiento informacional de los jóvenes son diferentes de las prácticas de las generaciones precedentes. El proyecto «Comparative Research in Youth Media participation», financiado por la Academy of Finland, es un ejemplo de investigación empírica que puede contribuir al desarrollo de programas de alfabetización mediática significativos.

Gauntlett y Annette Hill (TV-living: Television, Culture and Everyday Life, London 1999). El proyecto finlandés «Un día con los medios de comunicación» fue exitoso y claramente arrojó tanto interesantes preguntas para investigaciones futuras como ricos datos cualitativos. Así, el proyecto fue tomado como modelo para nuestro proyecto de investigación.

Para este estudio exploratorio también pudimos recoger información sobre las agendas mediáticas de Argentina (N=175), Egipto (N=100), India (N=160) y Finlandia (N=144), gracias a los investigadores del proyecto. Con el apoyo del Nokia Research Centre fue po-

sible obtener las agendas mediáticas de Kenia ($N=48$). Todos ellos fueron recogidos en la primera mitad del año 2010. En las agendas mediáticas se trató de localizar las expresiones de una ciudadanía responsable (Kotilainen, Suoninen, Hirsjärvi & Kolomainen, 2011), teniendo presentes, como antecedentes del estudio, los desequilibrios en las condiciones de vida y las disparidades sociales (Tufte & Enghel, 2009), y haciendo especial énfasis en las posibles referencias visibles en los textos sobre ciudadanía inclusiva y participación en general a través de los medios de comunicación.

Los niños usan los medios de comunicación, generalmente, con una periodicidad diaria, con fines específicos como charlar, buscar información y descargar materiales. Asimismo, se muestran más activos y realizan prácticas interactivas con los medios on-line. Los nuevos medios también permiten la creación de hábitos comunes de uso entre los jóvenes, sin importar su país de origen. Incluso utilizan ciertas palabras y símbolos para los SMS y Facebook que son conocidos y familiares para los jóvenes, pero que resultan, en muchos casos, desconocidos para las personas mayores.

Los niños como usuarios de los medios no solamente fueron vistos como un «fenómeno cultural singular» o como un grupo, o un público en este estudio. El colectivo analizado fue asumido como «una agrupación múltiple y como actores que se forman por medio de diferencias socioculturales» (Kotilainen, Suoninen, Hirsjärvi & Kolomainen, 2011), cuyas prácticas y deseos –también en el desarrollo de actividades mediáticas conectadas con ellos– están en constante movimiento y desarrollo. Además, como sostiene Rossanna Reguillo (2009), las actividades políticas deben ser vistas no solo desde una perspectiva local, sino como parte de los cambios globales en el uso que los niños hacen de los medios de comunicación. Cuando reflexiona sobre el uso de los blogs, Reguillo afirma que los niños y los jóvenes «conforman su política de acuerdo a aspectos subjetivos, personales y emotivos que transcurren de forma cotidiana», y sus acciones en los medios también responden a esas tendencias de compor-

tamiento. Esto significa que el acceso a la comunicación es vital también como parte del proceso de aprendizaje de la ciudadanía.

La conexión entre las esferas públicas y privadas en las vidas de los niños involucra la necesidad de invalidar las ideas previas sobre la división tradicional entre la esfera pública racional y la esfera emocional privada (Dahlgren, 2006). Las agendas mediáticas indican cómo los niños tienen posiciones mixtas y modos de participación en todos los medios, pero también demuestran la competencia cultural entre pares que el temprano acceso a los medios y a las redes sociales ofrece en un mundo de convergencia mediática (Jenkins & al., 2009).

A los niños se les pidió simplemente que escribieran el uso que hacían de los medios de comunicación durante un día (20 de abril de 2011), desde el momento en el que se levantaban hasta en el que se dormían. Los participantes fueron animados especialmente a que no solo se mencionaran los usos sino también que fueran descritos los propósitos del uso de esos medios, así como sus pensamientos y sentimientos relacionados con los usos y con los contenidos. Los escritos fueron en general cortos, tal y como se esperaba, con un

máximo de una página y media de contenido manuscrito. En algunos colegios las tareas variaron mucho en su extensión e incluso en algunos casos se contó con respuestas de tan solo unas palabras en pocas líneas.

Sin embargo, los resultados constituyen una ventana excelente para apreciar las variaciones en culturas diferentes, en las que destacan las modalidades de uso mediático, el proceso de construcción de significados, y hasta las diferencias en las formas de participación en los medios.

En las siguientes páginas se discutirán los hallazgos del análisis realizado en diferentes países en relación con las tareas de investigación diseñadas, preguntándose específicamente sobre cómo deben interpretarse los resultados con el foco situado sobre las necesidades de los currículos escolares y de la educación en medios en general. El objetivo del estudio fue obtener una imagen cercana de cómo los medios de comunicación están integrados en la vida cotidiana –minuto a

minuto— de chicos de unos 14 años de distintas culturas.

3. Egipto

Egipto es el mayor país del mundo árabe, en términos de población, la cual supera los 85 millones de habitantes; dos tercios están por debajo de los 25 años. Egipto tiene una vasta gama de medios gubernamentales y privados. La Unión Egipcia de Radio y Televisión, que forma parte del Ministerio de Información, supervisa las emisiones de radio y televisión. Hay tres canales de televisión nacionales, seis locales y algunos canales de televisión privados.

En Egipto hay siete redes de radio nacionales. Tres editoriales gubernamentales publican decenas de periódicos y revistas en árabe, inglés, francés y alemán. Se estima que hay más de 600 periódicos y revistas en Egipto. Egipto tiene una industria cinematográfica muy moderna, que juega en el mundo árabe un papel similar al de Hollywood en Occidente. Las películas y programas de televisión egipcios son muy populares en todo el mundo árabe.

Se estima que los usuarios de telefonía móvil representan un alto porcentaje de la población. Un 65% de los hogares en El Cairo y el 40% de las viviendas en zonas rurales están equipadas con conexión a Internet. Además, hay acceso a Internet en los cibercafés de las grandes ciudades.

Alumnos de la escuela preparatoria (12-14 años) en El Cairo (área urbana) y Fayoum (área rural) completaron las encuestas mediáticas. Se les pidió que llenaran las agendas con respecto al uso de medios de comunicación que habían hecho el día anterior (20 de abril de 2011). El análisis de las agendas mediáticas sugiere que hubo algunas diferencias entre los jóvenes con respecto a su uso de los medios de comunicación. El área geográfica, la edad y el género surgieron como factores influyentes importantes.

Los niños más pequeños estaban interesados en ser vistos en línea, mientras que los mayores estaban más interesados en la descarga de contenidos y películas desde Internet. Además, los niños de El Cairo usaban más Internet y el teléfono móvil que los de Fayum. En cambio, los niños del área rural utilizaban los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) más que los de El Cairo. También se encontró que los niños utilizan los medios de comunicación, sobre todo después de regresar de la escuela, en su mayoría de 20 a 22 horas.

A continuación se indican algunas de las citas de los niños en las agendas:

- «He utilizado Internet para chatear con mis ami-

gos y pasar tiempo con ellos. También vi la televisión algún tiempo para ver series» (una joven de El Cairo).

- «He utilizado Internet para hacer un trabajo en casa por casi 2 horas, de 20 a 22 horas. Fue muy útil, ya que me permitió reunir una gran cantidad de información para una tarea. El profesor estaba contento con el resultado» (una chica de El Cairo).

- «He utilizado Internet para leer noticias y estar en contacto con mis amigos por el chat» (una chica de El Cairo).

- «Vi una película en la televisión que era una comedia y luego usé Internet durante 2 horas a partir de las 21 hasta las 23 horas» (una chica de El Cairo).

- «Utilicé Internet como un diccionario para averiguar el significado de algunas palabras. También usé el móvil para llamar a mi padre que trabaja en el extranjero» (una joven de El Cairo).

- «He utilizado Internet para encontrar información sobre el mundo y otros países de nuestro entorno» (un chico de El Cairo).

- «He leído los periódicos para saber sobre deportes y las noticias de fútbol. También me gusta leer revistas» (un joven de El Cairo).

- «Yo sigo los programas educativos en la televisión. Son muy útiles. También me gusta ver programas religiosos en televisión y radio. He aprendido mucho de estos programas» (un niño de 14 años de El Cairo).

La información anterior sugiere que Internet es un medio importante para todos los niños en El Cairo. Todos lo estaban utilizando a diario, sobre todo, por la noche. Para los niños, Internet es una fuente importante de información y un medio de diversión y entretenimiento, así como un canal para encontrarse y charlar con sus amigos. Los niños en El Cairo apenas mencionan el uso de otros medios de comunicación, es decir, la televisión, la radio o los periódicos. En Fayum, esto es, el área rural, la situación con respecto al uso de los niños de los medios de comunicación es diferente. Algunas citas de las agendas son:

- «Veo la televisión todas las noches como una especie de descanso mientras estudio» (un niño de Fayum).

- «Yo siempre veo la televisión por la noche. Me gusta ver series y telenovelas» (una niña).

- «Veo la televisión todos los días por la noche para saber noticias sobre los extranjeros y los países extranjeros» (un niño).

- «Me gusta ver programas de deportes, en especial las noticias de fútbol. También me gusta ver programas sobre la naturaleza y los animales. Son muy interesantes» (un niño).

- «Me gusta ver películas. Ayer vi una película muy buena, una comedia francesa» (un niño).

- «Me gusta escuchar los programas de noticias de radio en particular y las canciones» (una niña).

Los periódicos también se mencionaron como una importante fuente de noticias, sobre todo de interés humano. Internet también, el cual se usa con fines educativos, para buscar información y hacer búsquedas en línea para los deberes. Entretenimiento y diversión también se encontraban entre las razones para utilizar Internet:

- «Me conecté para charlar con los amigos. A veces uso el teléfono móvil para conectarme» (un niño).

Un niño dijo que utilizaba el teléfono móvil para jugar. Al parecer, el móvil no es un medio de comunicación muy común en el área rural.

Los resultados de las agendas mediáticas han indicado que el factor del área geográfica es importante para determinar el uso que los jóvenes hacen de los medios de comunicación. También es esencial para determinar la finalidad de uso. Los jóvenes de las zonas rurales, que provienen de familias de bajos ingresos, indicaron que estaban utilizando los medios tradicionales, es decir, la televisión, la radio y los periódicos más que los de la zona urbana (El Cairo).

4. India

Las agendas mediáticas muestran que los niños de la India reservan a los medios de comunicación un lugar muy importante en sus vidas y los consideran de suma importancia para el progreso y desarrollo del país: «Mi día comienza y acaba con los medios de comunicación», dice una chica de la ciudad. «Cuando encendemos los medios de comunicación, ellos –los medios– abren todas las fronteras y limitaciones que nos imponen». La importancia de los medios en la escena mundial también está presente «Los medios de comunicación dirigen el mundo» (niño urbano). Estos jóvenes ven un fuerte vínculo entre los medios de comunicación, la sensibilización del público, la opinión pública y el progreso del país.

Una niña de ciudad explica: «La opinión pública depende en gran medida de la prensa... lo importante es la corrección, la información neutral e imparcial. El buen hacer periodístico depende de la libertad de prensa».

Otro estudiante pone de relieve la función de vigilancia de los medios de comunicación: «Al gobierno puede no gustarle que la gente común sepa acerca de sus fracasos y las medidas impopulares. En tal situación todo el mundo tendría que mantener sus ojos y oídos abiertos hacia el papel del gobierno y su función. Tendrían que ver que la libertad de prensa no se frena, y tener información equilibrada y no noticias distorsionadas».

Una de las observaciones más sorprendentes de las agendas mediáticas indias es que al hablar de los medios de comunicación cada niño los asoció con la información. Ellos hablaron también de entretenimiento y de hacer conexiones a través de los medios de comunicación, pero estas dos funciones se vieron en segundo plano respecto a la información, incluso cuando su propio uso de medios para el entretenimiento era alto.

«Cualquier cosa que da o representa la información son medios de comunicación» es la definición formulada por una niña rural. «Los medios de comunicación nos traen información sobre el mundo entero mientras estamos sentados en nuestra casa», dice otra niña rural.

Los niños indios muestran interés por la información en los tres niveles: local, nacional y mundial. Las agendas mediáticas también muestran que los niños están interesados en una amplia gama de temas, como la política y los asuntos civiles, el terrorismo, la vida en el campo, la salud, la historia, la ciencia, la cocina, el cricket y las películas. Los niños son conscientes de la gran variedad de medios de comunicación que existen hoy en día y también saben acerca de su potencial.

«Si estoy viendo la televisión, hay canales como History Channel, Discovery, National Geographic, de vida, de viajes, etc. de estos canales se obtiene información acerca de varias cosas. Esculturas antiguas, monumentos, sobre la naturaleza, de qué forma enfrentarse a un problema durante un desastre natural, cuál es la condición del desarrollo económico, cómo sobrevivir si uno se encuentra en una selva», dice un niño de ciudad.

Aun cuando muchos niños de zonas rurales y pobres no tienen acceso a ordenadores e Internet, a pesar de su limitado conocimiento y al lado de la exposición personal nula, son conscientes de los medios digitales y están fascinados por ellos.

Los jóvenes tienen claramente sus favoritos entre las diferentes fuentes de información y también tienen sus propias razones para la elección. Los periódicos y la televisión aparecen como las fuentes más populares de información general. El intercambio de información con los padres y los compañeros es muy evidente.

Un estudiante urbano apunta: «Prefiero usar los medios impresos... es mi adicción. Sin tocar el periódico no puedo pasar mi día..., me ayuda a competir en este gran mundo; también me ayuda a responder algunas preguntas de cultura general, como si participara en algún debate». «En un país como la India, donde las lenguas regionales son igualmente importantes, las revistas y los periódicos en lengua local desempeñan un

papel importante a la hora de informar a la gente sobre los eventos y acontecimientos nacionales y del resto del mundo», señala otro estudiante.

«Los libros son un océano de conocimiento; una vez aprendes a nadar puedes buscar y obtener conocimientos acerca de las diversas fuerzas misteriosas y desconocidas de la naturaleza. Incluso en el tiempo libre prefiero mirar el diario y quiero decir 'mirar' el periódico, porque veo los titulares y las imágenes y solo leo los temas que realmente me interesan. Me gustaría admitir que el hábito de leer periódicos me fue impuesto por mis padres según las recomendaciones de mis maestros. Estoy de acuerdo en que cada vez que participo en concursos o competiciones, la información que he adquirido a través de libros y el periódico me ha ayudado mucho y que ha aumentado también mi vocabulario», dice una chica de ciudad.

El argumento en contra de este punto de vista es «prefiero la televisión porque podemos escuchar y ver noticias que no podemos ver a través de periódicos o la radio». Algunos estudiantes también mencionan que el alto nivel de analfabetismo en la India hace de la televisión un medio más adecuado para la búsqueda de información» (un niño urbano).

Internet se menciona tanto por los estudiantes de las zonas urbanas, como por los de las zonas rurales. Como resulta evidente se menciona con mayor frecuencia por los estudiantes del área urbana, aunque en relación al uso del ordenador y los proyectos de la escuela y en otros usos, como jugar y conectarse con amigos y familiares, que tienen prioridad. Entre los medios digitales, el teléfono móvil es el medio favorito y el más utilizado, incluso entre los niños de zonas rurales, pero de nuevo, no es el medio preferido para buscar información.

Los niños muestran reacciones emocionales fuertes de lo que ven y leen. Las reacciones emotivas más fuerte son el terrorismo, las relaciones entre India y Pakistán, el progreso de la India y su reputación, los malos tratos de mujeres y niñas, especialmente la violación y la injusticia social. «Siempre hay historias sobre las mujeres en las noticias». «Cuando veo y escucho acerca de los casos de violación en las noticias de

la televisión», «cuando veo que el equipo indio pierde en un partido de cricket», «cuando leo o veo noticias acerca de cualquier desastre natural donde la gente ha muerto», «cuando veo noticias sobre ataques terroristas o malas prácticas sociales como el infanticidio femenino», son algunos de los desencadenantes emocionales. Una niña del área rural hace visible la ira en su declaración: «Cuando los medios de comunicación muestran noticias sobre las niñas que nacen y son abandonadas como basura, me enfado mucho. En ese momento... quisiera destruir la televisión».

Los niños muestran una aguda conciencia de los riesgos y daños asociados con los medios de comuni-

Tienen necesidad de estar permanentemente conectados, para comunicarse con sus compañeros, para consultar información, divertirse... conformando éstos parte de su vida. Sin embargo, ninguno de estos jóvenes ha asociado el uso de los medios de comunicación a la alfabetización mediática. Nadie ha apuntado la importancia de ser crítico o creativo con este uso. Esto demuestra la urgente necesidad de integrar la educación mediática en todos los programas educativos.

cación y los problemas con la información equívoca o desproporcionada que pueden recibir de los medios de comunicación: «Pero en el fondo no me gusta Internet. Los niños juegan con juegos violentos y hacen un mal uso de Internet de muchas maneras. Los niños se sientan largas horas y eso daña la vista, la salud y las capacidades mentales», dice un chico de ciudad. Un estudiante urbano y otro rural señalan que, a veces, la exageración en la transmisión de la información crea una situación de pánico y también daña la reputación de la India en el mundo. Un joven urbano advierte con un ejemplo: «hay métodos para fabricar una bomba y si el niño ha abierto ese sitio web, a continuación, ¿qué puede pasar?».

A pesar de su fuerte compromiso emocional, hay poca evidencia de la difusión de información sobre la producción, o la participación creativa en los medios de comunicación y esto plantea preguntas acerca de

las limitaciones a nivel estructural, infraestructural y político.

5. Finlandia

En las agendas mediáticas de los escolares finlandeses puede observarse el significado del buen acceso a todos los medios de comunicación, debido a múltiples factores: el sistema escolar, las bibliotecas, la cantidad de teléfonos móviles, el apoyo estatal para la literatura y las revistas y la situación general de los medios de comunicación. Por lo tanto no es de extrañar cómo los textos de los jóvenes en repetidas ocasiones señalaban un detalle interesante: la incredulidad de los propios niños sobre su propio grado de uso de los medios.

En la actualidad, se están llevando a cabo en todo el mundo importantes esfuerzos para promover la alfabetización mediática e informacional. En este sentido, nadie puede negar los grandes esfuerzos de la UNESCO para la formación del profesorado. El programa de formación docente, creado por un grupo de expertos, apoyados por la UNESCO, es una iniciativa que necesita ser impulsada en todo el mundo.

Los accesos a los medios de comunicación son fáciles en casa, en la escuela y a través del móvil. Hay pocas o ninguna restricción de uso. Así que los niños tenían acceso prácticamente durante todo el día a los medios de comunicación. Son comunes menciones sobre un uso de los medios superior a cinco horas diarias:

- «He utilizado Internet a diario entre las 10.00 y las 23.00 con variaciones de un par de minutos a dos horas. Las páginas que he navegado son, por ejemplo DevianArt.com, Onemanga.com, mangaFox.com, manga Sangatsu, Aniki forum, Kupoli, Wikipedia, Google» (una niña).

Como el uso de los medios ha sido una parte natural de su vida cotidiana, se ha convertido en una rutina en sus vidas. Siguiendo el uso propio de los medios durante un día se concluyó que también el carácter social del uso de los medios fue, como era de esperar, claro: los niños estaban conectados con los amigos y familiares a través de IRC-galería, Facebook, Youtube

y Messenger, a menudo de forma simultánea:

- «Messenger es un medio importante para mí, porque yo vivo lejos de mis amigos; así podemos conversar y puedo escuchar lo que está pasando. Luego llamé y envié mensajes de texto a mi amigo y copiamos imágenes de su ordenador a mi unidad de memoria flash. Fuimos a casa de unos amigos con otro amigo mío y vimos las noticias» (una niña).

Los usos simultáneos y múltiples de los medios de comunicación son comunes: el uso de móviles tanto para ponerse en contacto con los demás y escuchar música, como para usar los «social media» y seguir las noticias al mismo tiempo es algo común:

- «Es divertido hacer todo lo posible con el ordenador y lo utilizo para programar juegos, editar imágenes, comunicarme (galería de imágenes y Messenger), divertirme (juegos), escuchar música, usar Internet y ver películas» (un niño).

- «No hay nada nuevo en los comentarios o en la galería de fotos de Facebook. Hice clic en las páginas web del periódico de la tarde. Las noticias no me interesaban mucho, pues trataban sobre la erupción del volcán, de la que se llevaba hablando desde el jueves pasado. Así que terminé leyendo noticias de entretenimiento, de nuevo alguien se

había hecho la cirugía estética y había una gran historia acerca de ello en las páginas. Zip, esa página llega lejos. Desde mi cama, tomé mi teléfono, que era, obviamente, Nokia. No había noticias, nadie había llamado, tampoco. Después de ducharme miré rápidamente si había alguien en Messenger o tenía algún correo electrónico en la bandeja de Hotmail» (una niña).

El aspecto global surgió de varias maneras. Especialmente los nuevos medios ayudan a cruzar las fronteras, y las influencias de las otras culturas eran, obviamente, más fáciles de alcanzar. Además, las barreras del idioma (sobre todo en inglés) se redujeron:

- «Leí libros en la escuela y envié algunos mensajes a mis amigos. Después de la escuela leí el periódico local, sobre todo porque a mí y a mi amigo nos habían entrevistado en el extra de fútbol. Encendí el ordenador y fui a la galería de fotos, y luego entré en Messenger y Skype. Hablé un momento con mi hermana

a través de Skype, porque es estudiante de intercambio en Corea» (una niña).

• «La noticia más importante fue sobre el volcán en Islandia y la nube de ceniza que se está extendiendo y sus consecuencias. En relación a eso me uní al grupo de Facebook «Enviar las nubes extranjeras de cenizas fuera» [grupo de humor antirracista]» (desconocido).

• «He utilizado los medios de comunicación hoy, vi las noticias de Rusia. Tengo muchos amigos en el extranjero, así que uso el ordenador a veces para hablar con ellos en Messenger, en el que se puede utilizar cámara web» (un niño).

Una de las consecuencias de la perspectiva global es la conciencia de los problemas globales –un tema que apareció en prácticamente todos los países. En Finlandia, las necesidades sociales de los medios de comunicación han invadido las políticas, pero aun así, se mostró el comentario sobre temas contemporáneos:

• «Más tarde en la noche vi la televisión un rato y, justo antes de escribir esta agenda, leí un libro sobre los niños en Afganistán. Me hizo pensar. Me di cuenta de que lo que es común para mí es desconocido para millones de personas. Me siento privilegiado» (desconocido, Finlandia, 139).

6. Argentina

Las expresiones fuertes se observaron también en las respuestas de los niños argentinos, pero de una manera diferente. Incluso puede decirse que la impresión general de las respuestas fue bastante emocional. En las agendas mediáticas, los medios de comunicación fueron vistos incluso como un buen amigo que llena el vacío, que previene la soledad o el aburrimiento, o que da vida en los momentos en que los verdaderos amigos no están disponibles:

• «La mayoría de los medios de comunicación que usé fueron de diversión y me hicieron sentir bien, me divertí mucho con ellos, a excepción de los periódicos que me hicieron poner triste» (una niña, Argentina).

• «Cuando uso los medios de comunicación para comunicarme con amigos nunca me siento solo. Siempre siento la compañía de mis amigos. Me siento feliz. He utilizado los medios de comunicación solo. Y hablo con mis amigos acerca de ellos, solo si ocurre algo realmente importante. Los medios de comunicación son muy importantes para mí porque es lo que hago la mayor parte del día» (una niña).

• «Cuando volví de la escuela, usé mucho el teléfono porque es una buena compañía mientras estoy solo en casa. Envié mensajes de texto, chateé por Messenger, entré en Facebook y Twitter. También utilicé

Internet para revisar mi correo electrónico y buscar en Amazon y Best Buy» (un niño).

Para los niños de la zona urbana la telefonía móvil es comprensiblemente una herramienta para las relaciones sociales, no solo con amigos, sino también para comunicarse con familiares y parientes:

• «Usé el teléfono fijo para llamar a mis abuelos porque habían ido al médico y quería saber cómo había ido. También llamé a una amiga de otra ciudad –lo hago una vez a la semana. Se trata de una necesidad que tengo porque es muy divertida y tenemos dos vidas muy diferentes» (un niño).

• «Uso mi teléfono móvil con mi madre porque puedo hablar con ella de forma gratuita y envié un mensaje de texto a un amigo porque había algo que tenía que decirle. Luego usé el teléfono fijo para llamar a un amigo y hablarle acerca de la reunión que tuvimos en el sindicato de estudiantes. He utilizado el ordenador, porque lo uso todos los días para chatear y entrar en Facebook» (una niña).

• «Antes de dormir, encendí el televisor para ver una película y envié mensajes a mi hermano que vive en otra provincia. Me sentí mucho mejor cuando me comuniqué con él, porque lo extrañaba mucho. El medio de comunicación que más uso es el teléfono móvil» (una niña).

En las respuestas de Argentina el móvil es una herramienta central en el uso de los medios. En comparación con las agendas mediáticas finlandesas, en que es frecuente encontrar múltiples usos de los medios de comunicación, especialmente en las respuestas de los niños de las zonas rurales, el uso variado del teléfono móvil era muy común.

7. Kenia

Al igual que en otros países, también en Kenia los niños reconocieron la importancia de los medios de comunicación como un fenómeno global. El principal papel de los medios de comunicación fue apreciado como educativo e informativo. Las noticias se leen con cuidado y los diarios se comentan detenidamente. La radio es sin duda el medio de comunicación más importante para los niños junto con los periódicos, pero el teléfono móvil también se mencionó como una herramienta importante para seguir las noticias. El sentido de la necesidad de la noticia aparece constantemente: no solamente la necesidad de conocer lo que está sucediendo en la zona, sino también en todo el mundo.

• «Antes de comenzar el trabajo diario tengo que saber lo que está sucediendo en nuestro país y en todo el mundo... Así que enciendo la radio... Yo estaba a

gusto con el Citizen FM. Debido a su buen trabajo están ayudando realmente a los jóvenes para saber qué hacer en el momento adecuado» (una niña).

- «Me gusta escuchar la radio porque me permite saber más acerca de nuestro país» (una niña).

- «Escuchar la radio ayuda. Anima a la gente a saber lo que está pasando en todo el mundo» (un niño).

Los niños expresan la forma en la que aprenden y siguen críticamente la política y la cultura a través de los medios de comunicación. Asimismo, describen los múltiples usos de los medios de comunicación y su papel en la sociedad.

- «Lo más interesante es Afro-Cinema. Me gusta porque tengo que saber lo que está sucediendo en otro país, por ejemplo, en Nigeria» (una niña).

- «Kiss FM nos enseña a cuidar de nosotros mismos. Nos relaja. Kiss FM educa al alumno. Esta emisora da trabajo a los desempleados» (una niña).

- «En mi tiempo libre, me gusta leer en los periódicos sobre el proyecto de Constitución de Kenia, sobre todo la tercera parte del capítulo seis donde se habla de los derechos humanos y la comisión de género» (una niña).

- «Cuando estaba en camino... encontré a un grupo de personas con el mismo periódico, lo estaban anunciando. Yo estaba interesado en ellos y pedí prestado un diario para verlo. Yo estaba mirando hacia adelante. Llegué a algún lugar y vi a niños muy buenos con un poema. Ese poema fue muy interesante y trataba de 'La educación es la clave de la vida'» (una niña).

Como muestran las citas anteriores, el uso de los medios de comunicación es parte natural de la vida cotidiana, y el sentido de comunidad es fuerte en el uso de los medios de comunicación. El fuerte movimiento de mujeres en África fue reconocido realmente por los niños, y los temas sobre los derechos de las mujeres fueron seguidas con atención.

- «Oí [en la radio] una noticia impactante sobre una chica valiente... El mismo día, fecha y hora, me enteré que una mujer había sido quemada» (una niña).

En general, tanto en Kenia como en la India, lo que se refiere a las cuestiones sociales en los medios de comunicación fue una parte importante y sustancial de las agendas mediáticas. Esto habla de un discurso social compartido sobre las cuestiones sociales en las prácticas cotidianas, en la escuela y en casa.

8. Conclusión

A partir de los anteriores análisis, es posible concluir que los nuevos medios, como Internet y el teléfono móvil, fueron los principales proveedores de información para los jóvenes. Este hecho es compartido en

todos los países analizados. Al mismo tiempo, existen ciertas diferencias entre los países seleccionados. India y Egipto, por ejemplo, tuvieron resultados en cierta medida similares con respecto al uso de medios de comunicación tradicionales por los niños de las áreas rurales. Existen también similitudes entre las personas que viven en las áreas rurales de todos los países en lo relativo al uso de muchos medios de comunicación, sin que exista un especial énfasis en el uso de nuevas tecnologías, con la excepción de Argentina, donde el teléfono móvil es el medio vital tanto en áreas urbanas como rurales.

Los niños usan los medios de comunicación, generalmente, con una periodicidad diaria, con fines específicos como chatear, buscar información y descargar materiales. Asimismo, se muestran más activos y realizan prácticas interactivas con los medios on-line. Los nuevos medios también permiten la creación de hábitos comunes de uso entre los jóvenes, sin importar su país de origen. Incluso utilizan ciertas palabras y símbolos para los SMS y Facebook que son conocidos y familiares para los jóvenes, pero que resultan, en muchos casos, desconocidos para las personas mayores.

Aunque los nuevos medios de comunicación han supuesto muchos beneficios para todos, investigaciones previas sugieren que Internet y los teléfonos móviles pueden ser perjudiciales para los niños (Livingstone & al., 2006: 54-55). Este hecho demuestra la urgente necesidad de alfabetización mediática, especialmente en los países con menor nivel de educación en medios, tales como Egipto e India.

Los niños son en la actualidad grandes consumidores de los nuevos medios de comunicación. Son, a su vez, más participativos e interactivos que antes. Según Kotilainen (2010: 81-82), la ciudadanía activa en la infancia puede ser fortalecida a partir de la participación cívica de los jóvenes, lo que incluye la producción de contenido mediático, la publicidad de los medios y el aprendizaje general sobre la dinámica mediática de un contexto específico.

Las investigaciones nos demuestran que existe una clara división entre la utilización de medios entre los jóvenes de la ciudad y las zonas rurales. Ambos colectivos consideran atractivos los medios de comunicación, pero no todos pueden acceder a ellos igualmente. Los jóvenes rurales se limitan más al uso de medios tradicionales, si bien la telefonía móvil se utiliza para el acceso a Internet y otros servicios. Por ello, el teléfono móvil podría ayudar a reducir esta brecha entre los jóvenes de la ciudad y el mundo rural.

Los niños y jóvenes, especialmente en Kenia, tienen no solo una necesidad de saber lo que está suce-

diendo en su país, sino también en el mundo. La investigación muestra el interés de estos jóvenes por los acontecimientos de actualidad.

Las emociones asociadas con el uso y el consumo de medios de comunicación son también un hecho a tener en cuenta. Tienen necesidad de estar permanentemente conectados, para comunicarse con sus compañeros, para consultar información, divertirse... conformando éstos parte de su vida. Sin embargo, ninguno de estos jóvenes ha asociado el uso de los medios de comunicación a la alfabetización mediática. Nadie ha apuntado la importancia de ser crítico o creativo con este uso. Esto demuestra la urgente necesidad de integrar la educación mediática en todos los programas educativos de los nuevos medios de comunicación. No se cuenta con espacios educativos donde poder reflexionar sobre su propio uso de los medios. Por esta razón, necesitan más que nunca la alfabetización mediática, que ha de tener en cuenta las contribuciones de las diferentes partes del mundo; la perspectiva crítica (Kellner & Share, 2007), los diferentes contextos (Gutiérrez & Tyner 2012) y los esfuerzos internacionales para desarrollar la educación en medios (Aguaded, 2011).

En la actualidad, se están llevando a cabo en todo el mundo importantes esfuerzos para promover la alfabetización mediática e informacional. En este sentido, nadie puede negar los grandes esfuerzos de la UNESCO para la formación del profesorado. El programa de formación docente, creado por un grupo de expertos, apoyados por la UNESCO, es una iniciativa que necesita ser impulsada en todo el mundo. Su puesta en marcha fue introducida en Fez (Marruecos) en mayo de 2011. Esta propuesta del currículum para la formación de profesores debe ser tomada en cuenta como una guía básica para la capacitación del profesorado en diferentes países. También se hace necesaria la colaboración de los legisladores así como de los ministerios de educación de los países con el objetivo de fomentar el proceso formativo del cuerpo docente.

Otras organizaciones internacionales como la Academy of Finland y la Asociación Mentor también están involucradas en este tipo de actividades. La Asociación Mentor promueve actualmente un programa ambicioso para la formación de profesores en el mundo árabe y América Latina. También realiza una amplia gama

de esfuerzos para apoyar y aumentar la conciencia sobre el valor y la importancia de la alfabetización mediática e informacional en diferentes ámbitos de difusión científica y profesional.

Referencias

AGUADED, J.I. (2011). Media Education: An International Unstoppable Phenomenon UN, Europe and Spain Support for Education-communication. *Comunicar*, 37, 7-8. (DOI: 10.3916/C37-2011-01-0).

CHEN, D., WU, J., & WAN, Y. (2010). Deconstructing New Media: From Computer Literacy to New Media Literacy. *International Conference on Education and Information Systems, Technologies and Applications*. Orlando, Florida, USA.

DAHLGREN, P. (2006). Doing Citizenship. The Cultural Origins of Civic Agency in the Public Sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 9, 3, 267-286.

GUTIÉRREZ, A. & TYNER, K. (2012). Media Literacy in Multiple Contexts. *Comunicar*, 38, 10-12. (DOI: 10.3916/C38-2012-02-00).

JENKINS, H. & AL. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation. An Occasional Paper on Digital Media and Learning. (www.digitallearning.macfound.org) (15-01-2012).

KELLNER, D. & SHARE, J. (2007). Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education. In D. MACEDO & S.R. STEINBERG (Eds.), *Media Literacy: A Reader* (pp. 3-23). New York: Peter Lang Publishing.

KOTILAINEN, S., SUONINEN, A., HIRSJÄRVI, I. & KOLOMAINEN, S. (2011). Youngster's Expressions of Responsible Citizenship through Media Diaries. In C.V. FEILITZEN, U. CARLSON & C. BUCHT (Eds.), *New Questions, New Insights, New Approaches. Contributions to the Research Forum at the World Summit on Media for Children and Youth 2010* (pp. 213-222). Göteborg: Nordicom: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media.

KOTILAINEN, S. & SOL-BRITT, A.G. (2010). *Media Literacy Education: Nordic Perspective*. Göteborg: Nordicom: University of Gothenburg.

KYTÖMÄKI, J., NIKKKO, J. & SUONINEN, A. (Eds.) (2003). *Yksi päivä mediaa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura: Helsinki.

LIVINGSTONE, S. & HAGRAVE, A.M. (2006). Harmful to Children? Drawing Conclusions from Empirical Research on Media Effects. In U. CARLSON & C.V. FEILITZEN (Eds.), *In the Service of Young People. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media* (pp. 49-76). Göteborg: Nordicom.

PÉREZ-TORNERO, J. & VARIS, T. (2010). *Media Literacy and New Humanism*. Moscow: UNESCO, Institute for Information Technologies in Education.

REGUILLO, R. (2009). The Warrior's Code? Youth, Communication and Social Change. In T. TUFFE & F. ENGHIEL (Eds.), *Youth Engaging with the World. Media, Communication and Social Change. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media at Nordicom* (pp. 21-42). Göteborg: University of Gothenburg.

