

● Irma Hirsjärvi y Samy Tayie
 Jyväskylä (Finlandia) y El Cairo (Egipto)

<http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-01>

Niños y nuevos medios: estudios de caso en Egipto y en Finlandia

Children and New Media: Youth Media Participation. A Case Study of Egypt and Finland

RESUMEN

El artículo recoge un estudio de caso único sobre los primeros resultados del análisis cualitativo del proyecto PJM (Youth Media Participation), desarrollado en Argentina, Egipto, Finlandia e India. PJM es apoyado por la Academia de Finlandia (2009-11). Se analizan tres tipos de información provenientes de niños y jóvenes: entrevistas focalizadas en Egipto, India y Finlandia (24 en cada país); cuestionarios para recolección de datos estadísticos de Argentina, Egipto, India y Finlandia (1.200 por país, 4.800 totales); y diarios de medios para una publicación adicional sobre «Un día de medios» (500 totales, 100 obtenidos en Argentina, Egipto, India, Finlandia y Kenia respectivamente). Se indagaba, mediante el estudio exploratorio, nuevos enfoques a preguntas de investigación sobre la participación de niños de distintos países en medios. El proyecto PJM se inició con entrevistas focalizadas en Finlandia y Egipto. Este artículo se centra en la parte cualitativa y exploratoria del proyecto: entrevistas focalizadas para ratificar las preguntas originales de investigación, explorar múltiples formas de participación mediática y crear el cuestionario necesario para investigaciones posteriores. El proyecto busca mejorar nuestra comprensión de la alfabetización mediática y sus vínculos con la participación en los medios y actividad cívica.

ABSTRACT

This article focuses on a single case study; the first findings of a qualitative part of the Youth Media Participation (YMP) project in Argentina, Egypt, Finland and India (2009-11) on 10-18 year-old children's participation through media. Youth Media Participation is funded by the Academy of Finland (2009-11). It collects and analyses three kinds of data from children and young adults; 1) focused interviews collected in Egypt, India and Finland (24 in each country), 2) a questionnaire for statistical data collected from Argentina, Egypt, India and Finland (1,200 in each country, N: 4,800) and 3) media diaries for a separate publication about «One Day of Media» (100 collected in Argentina, Egypt, India, Finland and Kenya, N: 500). The purpose was to undertake an exploratory study to find new ways to approach research questions on children's participation through media in different countries. The YMP project was launched with focused interviews in Finland and Egypt. This paper focuses on the qualitative, explorative part of the project: the focused interviews that were used to test the original research questions, to explore the many forms of media participation, and to create the questionnaire needed in further research. The project aims at enhancing our understanding of media literacy and its connections to media participation and civic activity.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Alfabetización mediática, medios, niños, actividad cívica, participación.
 Media literacy, new media, children, civic, participation, interviews, youth.

- ◆ Dr. Samy Tayie es Presidente de Mentor y Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad El Cairo (Egipto) (stayie@link.net).
- ◆ Dra. Irma Hirsjarvi es Profesora Asistente del Departamento de Estudios Culturales de la University of Jyväskylä en Finlandia (irma.hirsjarvi@jyu.fi).

1. Introducción

El presente artículo recoge los primeros resultados de una serie de entrevistas realizadas en Egipto, India y Finlandia sobre la participación mediática de niños entre 10 y 18 años. El proyecto «Participación de los jóvenes en los medios» (JPM), que incluye Argentina, Egipto, Finlandia e India (2009-11), analiza tres tipos de datos provenientes de niños y jóvenes; 1) entrevistas focalizadas realizadas en Egipto, India y Finlandia (24 entrevistas por país); 2) cuestionarios para recolectar estadísticas en Argentina, Egipto, India y Finlandia (1.200 por país, 4.800 totales) y 3) diarios de medios para otra publicación sobre «Un día de medios» (100 obtenidos en Argentina, Egipto, India, Finlandia y Kenia, 500 totales). Reseñamos la primera parte con resultados preliminares de entrevistas, focalizadas y exploratorias, con el objeto de probar las siguientes preguntas de investigación originales:

1) ¿Qué semejanzas y diferencias pueden encontrarse en la participación –y no participación– mediática juvenil, especialmente en países occidentales y en vías de desarrollo?

2) ¿Qué prerrequisitos, posibilidades y desafíos enfrentan los jóvenes en sus posiciones de agente con relación a los medios en diferentes regiones del mundo?

3) ¿Qué tipos de alfabetización mediática practican y desarrollan ellos en diferentes regiones del mundo? (Kotilainen, 2010).

Los usos mediáticos contemporáneos varían ampliamente, especialmente entre niños. A diferencia de la radio, los nuevos medios ofrecen más que comunicaciones unilaterales. La ciudadanía juvenil puede obtener apoyo desde proyectos educativos de alfabetización mediática, incluyendo producción en medios, publicidad en medios y pedagogía entendida como comunidad de aprendizaje. Los medios convergentes ofrecen sitios, redes y formas de productividad en actividad cívica, cuya escala no tiene precedentes (Carlsson, 2009; Kotilainen, 2009; Jenkins, 2006a). Hemos analizado las entrevistas focalizadas del proyecto PJM en función de estos planteamientos.

Este artículo se limita al análisis de los resultados preliminares de Egipto y Finlandia, a probar el análisis comparativo próximo de entrevistas de India, Egipto y Finlandia.

2. Los países: Egipto y Finlandia

Egipto y Finlandia son geográficamente distantes. Representan distintas áreas geográficas, culturas y paisajes mediáticos. Egipto, el país más grande de Arabia, con una población de más de 80 millones, está principalmente situado en el noreste de África pero Asia

rodea parte de su territorio. Finlandia tiene una población de 5,4 millones y está ubicada entre Rusia y Suecia, en Europa del Norte. La capital de Egipto, El Cairo, tiene una población de 18 millones; casi el 95% vive en 3% del territorio del país. El área metropolitana de Helsinki tiene aproximadamente 1,3 millones de habitantes; más del 65% de los finlandeses vive en ciudades.

En Egipto hay 17 millones de estudiantes en escuelas y universidades. La educación es obligatoria para menores de 12 años. Las escuelas públicas otorgan educación de bajo costo a niños de más de seis años. También existen costosas escuelas privadas ofreciendo alta calidad educativa. Algunas utilizan métodos y currículos de tipo americano, francés, británico o alemán. Tras 12 años de educación, se otorga un certificado de escuela secundaria general, necesario para el ingreso a las universidades.

En Finlandia, la educación primaria y secundaria así como las bibliotecas públicas son gratuitas para todos. Existen muy pocas escuelas privadas, generalmente religiosas. La escuela es obligatoria para niños entre 7 y 16 años. Los niveles primarios (entre primer y noveno grado) preparan el ingreso al ciclo secundario: escuelas de formación profesional o escuelas secundarias. La educación secundaria general y la de formación profesional ofrece acceso a educación más amplia, así como a niveles de educación superiores: universidades y politécnicos.

Prácticamente todos tienen acceso a computadoras y muchas escuelas ofrecen a sus estudiantes cuentas de e-mail y páginas web. Este sistema escolar provee oportunidades de aprendizaje más bien igualitarias, incluyendo educación para niños con necesidades especiales, aunque recientes medidas políticas realzaron las desigualdades. Finlandia obtuvo excelentes resultados entre los países de la OCDE en el informe PISA 2010. Casi 65% de los finlandeses han completado su educación vocacional o académica, y muchos poseen múltiples títulos académicos (Statistics Finland, 2010).

3. Los medios en Egipto y en Finlandia

Egipto posee una amplia variedad de medios gubernamentales y privados. La Unión egipcia de radio y televisión forma parte del Ministerio de Información y supervisa sus contenidos. Existen tres emisoras nacionales de televisión, seis emisoras locales y algunos canales privados. La emisora nacional Canal Dos transmite mayoritariamente en inglés y francés apuntando a expatriados en Egipto.

En general, los televidentes del mundo árabe están expuestos a muchísimas emisoras. Sumados a los ca-

nales terrestres de televisión, hay 696 satelitales, de los cuales 97 son gubernamentales y 599 privados. Éstos transmiten en los países árabes a través de 17 satélites (Media Committee, 2010). De las emisoras gubernamentales, 49 son generales y 48 son especializadas, mientras que 161 canales privados son generales y 438 son especializados. La mayoría de los canales transmite en árabe (76%) y en inglés (20%). También transmiten en otros idiomas, por ejemplo francés, persa, español, hindú, hebreo y urdu.

Tanto en Egipto como en otros países árabes, los niños están también expuestos a canales satelitales transmitiendo desde Europa, Norteamérica y otras partes del mundo.

Con respecto a los nuevos medios, se estima que 58 millones de egipcios (75% de la población) poseen servicios de telefonía celular. El acceso a Internet desde hogares alcanza un 65% en El Cairo y 40% en otras áreas. También se accede a Internet desde cafés en grandes ciudades.

Existen siete cadenas de radio que se escuchan en todo el país. Una de ellas, la Radio de Ultramar, transmite en más de 40 idiomas. Además, en todas las regiones hay estaciones locales. También hay estaciones privadas de FM destinadas a jóvenes que transmiten principalmente música popular.

Tres importantes editoriales publican en Egipto decenas de periódicos y revistas en árabe, inglés, francés y alemán. Se calculan más de 600 periódicos y revistas en el país (Higher Press Council, 2009). Las publicaciones de periódicos privados y de partidos políticos deben ser aprobadas por el Consejo Superior de Prensa, organización que regula los medios escritos.

Egipto posee una industria cinematográfica altamente modernizada cuyo rol es similar al de Hollywood en Occidente. Las películas y programas de televisión egipcios son muy populares en todo el mundo árabe. Los canales de televisión árabes dependen significativamente de programas egipcios.

En Finlandia, un 70% de los hogares posee Internet de banda ancha. Su uso es común en todos los grupos etarios: aproximadamente un 82% de los individuos entre 16 y 84 años ha estado conectado durante los últimos tres meses. No obstante, los medios tra-

dicionales aún son populares; por ejemplo, 80% de los finlandeses mayores de 12 años lee periódicos. Las bibliotecas, los cines y la televisión también son populares. Las 863 bibliotecas públicas ofrecen gratuitamente a 2,1 millones de usuarios conexión a Internet, bases de datos y servicios. De las más de 60 estaciones de radio finlandesas, la mayoría se puede escuchar desde Internet. Pareciera que todos tienen varios teléfonos móviles; hay 8,1 millones de unidades operando en Finlandia.

Las publicaciones y transmisiones en lenguas minoritarias, especialmente el sueco, son apoyadas por el gobierno. Es raro que suceda lo mismo con programas cuyo idioma minoritario sea hablado por inmigrantes. El uso mediático en niños es regulado a través de me-

¿Qué semejanzas y diferencias pueden encontrarse en la participación –y no participación– mediática juvenil, especialmente en países occidentales y en vías de desarrollo?... ¿Qué prerequisites, posibilidades y desafíos enfrentan los jóvenes en sus posiciones de agente con relación a los medios en diferentes regiones del mundo?... ¿Qué tipos de alfabetización mediática practican y desarrollan ellos en diferentes regiones del mundo?

didias especiales como límites de edad y horarios. Existe apoyo económico para programación infantil en todos los medios televisivos. Hay dos canales de televisión estatales más cinco nacionales y diez comerciales; muchos programas se encuentran también disponibles en Internet. En la mayor parte del país hay una gran variedad de canales satelitales y de cable. En Finlandia se publican más de 200 periódicos y 3.300 revistas (Statistics Finland, 2010).

Un vistazo a ambos países en cuanto a medios disponibles, posibilidades en el ámbito educativo –incluyendo estrategias nacionales de niñez y medios así como de alfabetización mediática– revelan un desequilibrio que torna difícil hacer comparaciones. Por lo tanto, apuntamos a comprender los complejos paisajes mediáticos en la niñez y especialmente las diferencias entre estos países en el uso que los individuos hacen de los medios.

4. Muestra

Debido a las razones mencionadas, las entrevistas fueron de naturaleza exploratoria. Su realización consistió en dos etapas. Las entrevistas preliminares probatorias (Egipto: 14 niños; Finlandia: 12 niños) fueron realizadas a niños de entre 9 y 17 años de ciudades y zonas rurales, vinculados a programas de alfabetización, música y medios; también incluimos niños de familias de inmigrantes. Las entrevistas finales realizadas fueron 24 en cada país y se hicieron en grupos pequeños (1-4 por grupo) de niños entre 12-14 y 16-17 años. Algunos niños cuya edad era distinta de la planeada originalmente también fueron entrevistados. Las entrevistas preliminares fueron incluidas en el análisis final. En las entrevistas finales fueron entrevistados en total 85 niños:

Los resultados de Finlandia expresan la importancia de la accesibilidad y disponibilidad temprana de medios, así como en escuelas y bibliotecas. Éstos sugieren además que los resultados de la educación mediática han sido positivos. Hay indicios de algunas diferencias culturales dentro de este nórdico país, como en niños de familias inmigrantes y sus usos individuales especiales.

- Egipto: 24 entrevistas, 38 niños: 19 niños (10 provenientes de áreas metropolitanas, 9 de zonas rurales); 19 niñas (10 de áreas metropolitanas, 9 de zonas rurales).

- Finlandia: 24 entrevistas, 47 niños: 21 niños (8 de áreas metropolitanas, 13 de zonas rurales); 26 niñas (12 de áreas metropolitanas, 14 de zonas rurales).

Los datos estadísticos también fueron obtenidos en estas áreas y grupos. En Egipto, El Cairo representó el área metropolitana mientras que la ciudad de Fayún (100 kilómetros al sur de El Cairo) fue elegida como zona rural. Todas las entrevistas fueron tomadas en hogares y consensuadas por los padres. En Finlandia, Helsinki representó el área metropolitana mientras que la región campesina del norte de Finlandia central fue designada como zona rural. La mayoría de las entrevistas tuvieron lugar en escuelas. Una de las entrevistas se realizó en una dependencia privada de una biblioteca pública y tres fueron llevadas a cabo en hogares.

5. Procedimiento

En Egipto las entrevistas fueron llevadas a cabo con la ayuda de dos doctorandos de la Universidad de El Cairo. En Finlandia un mismo investigador realizó todas las entrevistas. Los puntos esenciales de la investigación fueron aprobados por la Academia de Finlandia y el comité ético de la Universidad de Jyväskylä. Los formularios de consentimiento enviados a las administraciones, escuelas, padres y niños siguieron para cada país los procedimientos locales para la administración de entrevistas y códigos de ética pertinentes. Los entrevistados fueron previamente informados acerca de las tareas vinculadas al proyecto y los conceptos de anonimato y presentación de informes; se enfatizó la voluntariedad de las entrevistas.

En Finlandia las entrevistas fueron realizadas al lado de una computadora con Internet. En Egipto esto se hizo cuando fue posible. Cada entrevista focalizada alcanzó en promedio una hora en Egipto, mientras que en Finlandia la entrevista más corta duró media hora y la más larga más de dos horas. La duración promedio de las entrevistas en Finlandia fue de una hora y media. Todas las entrevistas fueron grabadas y posteriormente transcritas.

6. Metodología

Las entrevistas preliminares fueron utilizadas en ambos países como método de abordaje a los niños y su participación mediática. Las entrevistas finales cubrieron la estrategia examinada previamente con cuestiones acerca de la alfabetización y participación mediática. Una atención dirigida a intereses singulares, deseos, necesidades y actividades de los niños disparó los resultados de mayor validez en las entrevistas preliminares.

Las entrevistas focalizadas apuntaron a los usos de todo tipo de medios por parte de los niños. Se ha demostrado que la entrevista focalizada es exitosa obteniendo información cualitativa en prácticas cotidianas (Merton, Fiske & Kendall, 1990). La conversación puede ser flexible, ofreciendo un espacio para temáticas inesperadas o cuestiones problemáticas. También posibilita el acceso a estructuras profundas de la conversación y a procesos de construcción de significado (valores, identidades, sentimientos, actitudes, etc.). En la práctica y debido a la naturaleza explorativa de las

entrevistas, el presente estudio se enmarca en el método de 'muestreo teórico' (Glaser & Strauss, 1967; Glaser & Holton, 2004). Hemos apuntado a conseguir, vía entrevistas profundas y focalizadas, una 'descripción densa' (Geertz, 1973) para crear preguntas más específicas en el posterior cuestionario del proyecto de investigación.

Nuestro análisis fue esencialmente multilocalizado (Marcus 1995, 117) para describir espacios y paisajes analizados simultáneamente en un contexto social más amplio. Por consiguiente, dicho abordaje es útil para indagar actores de distintas clases socioeconómicas, sexos y géneros, grupos etarios y contextos sociales. Marcus (1995, 105–106) describe la capacidad de la investigación multilocalizada para resaltar encadenamientos, recorridos, relaciones y posiciones complejas así como procesos (Appadurai, 1990: 21-24); en nuestro caso, en la participación mediática a nivel personal, social, global y local así como sus procesos de construcción de sentido.

A partir de las mayores problemáticas que aparecieron en una lectura profunda, la información fue clasificada usando tres categorías principales incluyendo expresiones conectadas con:

- Paisajes mediáticos (mediascapes): acceso a nuevos medios a nivel nacional; cómo y en qué medida fueron disponibles; frecuencia del uso mediático.
- Paisajes sociales (socioscapes): contextos más amplios y aspectos sociales del uso mediático.
- Paisajes de género (genderscapes): posibles diferencias en el uso mediático entre niños y niñas.

Estos aspectos conforman el punto de partida del análisis final de todas las entrevistas de Egipto, India y Finlandia. En el presente artículo, la cuestión principal para todas las categorías es sobre la naturaleza de la alfabetización mediática en niños de diferentes regiones.

7. Resultados

7.1. Paisajes mediáticos

En el área metropolitana de El Cairo, los niños entrevistados tenían acceso a todos los medios, con la excepción de un niño (S, 9 años), quien tenía principalmente acceso a la televisión e Internet, y para realizar llamadas usaba el teléfono celular de su madre o de su abuela. Todos los entrevistados tenían Internet en sus hogares; sus padres tenían generalmente conexiones ADSL y generalmente les pagaban sus gastos.

En zonas rurales, solamente una niña (F, 13 años) dijo que no tenía teléfono móvil; sin embargo, tras aprobar los exámenes de ese año, su padre le daría uno: «creo que entonces voy a necesitarlo así mis pa-

dres pueden estar en contacto conmigo y saber dónde estoy». Una de las niñas en Fayún no tenía computadora en su hogar pero podía conectarse desde la casa de sus amigos o parientes. Las otras dos niñas entrevistadas sí tenían Internet en sus hogares.

Los niños de áreas rurales usaban más medios tradicionales, como por ejemplo periódicos, revistas, televisión y radio que aquellos en El Cairo. En zonas rurales la televisión cobraba para los niños mayor importancia que cualquier otro medio. Esto da soporte a resultados obtenidos en estudios sobre niños egipcios (Kamel, 1995; El Semary, 1995; El Sayed, 1996; Asran, 1998).

El uso frecuente de medios tradicionales es normal en niños de áreas rurales, quienes no realizan tantas actividades al aire libre como los niños de El Cairo. Este dato apoya también resultados de estudios anteriores (Tayie 2008). El factor etario emerge como diferencia importante con respecto al uso de nuevos medios en la infancia. Los niños más jóvenes se encontraban más interesados en jugar juegos en la computadora (gaming) y en encontrarse visibles on-line. Ellos lo consideraban una forma de hacerse ver y ganar prestigio. También estos niños creaban más contenido on-line que los otros. Los de mayor edad estaban principalmente interesados en escuchar música, mirar películas y descargar estos contenidos.

En Finlandia, los principales usos de los medios han cambiado rápidamente en las últimas dos décadas, desde escuchar radio y mirar televisión al «gaming» y estar en Internet. Es usual pertenecer a comunidades y grupos virtuales; la expansión de estas competencias especiales comienza desde muy temprano y está separada por completo de la identidad escolar de los niños; chatear, enviar mensajes de texto y el «gaming» conforman parte de la vida cotidiana, como se ha visto en encuestas nacionales (Kangas, Lundvall & Sintonen, 2007).

Las entrevistas con niños finlandeses muestran también el rápido cambio en el uso de medios a nivel nacional. En 1997, el 94% de los usuarios de Internet usaban Google semanalmente. A juzgar por nuestra reducida muestra, prácticamente todos los niños consultan Google a diario en 2010. De hecho, la regla se ha convertido en pasar tiempo on-line a lo largo de todo el día. Parece haber aumentado la actividad de ver clips en YouTube; sin embargo no han habido cambios en la carga de contenidos a dicho servicio (en 1997 un 8% de la población), exactamente como lo que nos indica la muestra. En comparación con el estudio de 1997, la descarga de películas (52% de la población) y programas de televisión (45% de la pobla-

ción) es muy común entre nuestros entrevistados. Del mismo modo que los finlandeses en general, nuestros entrevistados usan Internet claramente más que el promedio poblacional en 1997. Nuestro material sustenta un estudio reciente acerca del uso activo de los medios en niños de menor edad (Kotilainen, 2011). Nuestros entrevistados parecieran tener una noción clara acerca de sus límites y disgustos en el uso de medios, especialmente para límites de edad o contenidos pornográficos en los medios (Kangas, Lundvall & Sintonen, 2007).

Entre Egipto y Finlandia se esperaban diferencias en cuanto a políticas mediáticas y a nivel tecnológico de influencia mediática, de acceso y uso mediático. Las diferencias en el uso de los medios entre áreas rurales y metropolitanas de Egipto, y entre diferentes grupos dentro del área metropolitana de Finlandia dieron lugar a preguntas más complejas.

7.2. Paisajes sociales

El paisaje social influyó en el acceso de los niños egipcios a los medios y en su relación con ellos. En nuestro caso, los niños de familias de altos ingresos tenían acceso a todos los medios, especialmente a los nuevos. Para algunos niños de familias de bajos ingresos los nuevos medios eran inaccesibles, por ejemplo las niñas entrevistadas en Fayún (F, F y R) que leían periódicos y particularmente miraban televisión más que los niños de familias de altos ingresos. Sus programas preferidos eran mayormente religiosos y educativos.

Los padres de los niños de familias de bajos ingresos, por ejemplo las niñas de Fayún, estaban más involucrados en el uso que sus hijos hacían de los medios. Estos niños mencionaron una tendencia a charlar con sus padres acerca de algunos contenidos presentes en periódicos y revistas, en general con el padre.

Los niños de familias de altos ingresos hablaban más abiertamente acerca de muchas cuestiones, como ser los usos privados y personales de teléfonos celulares o de Internet. Sin embargo, a los entrevistadores les tomó tiempo establecer un vínculo con los niños que les permitiera hablar acerca de asuntos personales, como por ejemplo las cosas que hacen a espaldas de sus padres. No se mencionaron temas vinculados a sexo o sexualidad; hablaron acerca de tener novios o novias, pero sin referirse a relaciones sexuales. Los niños de familias de bajos ingresos estaban menos abiertos que otros niños y en algunas ocasiones se encontraban muy reservados en comparación con otros entrevistados.

En Finlandia, la disponibilidad de medios fue comprensiblemente buena para todos los niños indagados,

en razón de las escuelas y bibliotecas. Tanto los medios clásicos como los nuevos, así como también los medios sociales, eran de uso cotidiano a lo largo de todo el día. En general, su uso de los medios pareció ser bastante similar al descrito por los niños egipcios. Muchos leían algunos periódicos y prácticamente todos leían varias revistas; casi todos miraban programas de televisión y películas, algunos de ellos escuchaban música en la radio y todos usaban más de un dispositivo para escuchar música. En general, no se encontraron diferencias claras de género o entre niños de zonas urbanas y rurales. Sin embargo, la mirada en detalle a los usos de nuevos medios muestra claramente las grandes diferencias individuales en Finlandia.

En principio, en nuestra muestra el factor etario fue crucial. El juego y el aprender haciendo fue un factor principal en el grupo etario de hasta diez años, así como también lo fue el factor social: jugar con amigos. De todos modos, los niños entre 11 y 13 años utilizaban nuevos medios principalmente como forma de satisfacción, por ejemplo para jugar y estar en contacto con amigos y familia. En entrevistas con niños mayores, especialmente desde los 14 años, se vuelve central el pasaje de la visibilidad a la privacidad, así como la adquisición de nuevas habilidades. Los jóvenes obtienen satisfacción en el uso especializado de los medios, más bien conectado a intereses propios, como hacer videos musicales para YouTube, crear una colección de objetos de moda en una galería de fotos u organizar información de fútbol acerca de actividades de aficionado en una página web. Sin embargo, también en Finlandia fueron prominentes para todas las categorías de edad los usos sociales, la importancia de la comunicación y el uso frecuente de teléfonos celulares.

En segundo lugar, el factor social hizo alguna diferencia cuando los entrevistados finlandeses se refirieron a la posesión o adquisición de medios. Hubo ejemplos de desigualdad económica; sin corresponder a distribuciones geográficas, se visibilizaron a la hora de comparar grupos de niños de familias de inmigrantes con otros niños. Otra distinción clara fue de índole religiosa: una rama evangélica de la Iglesia luterana finlandesa prohíbe cualquier uso de la televisión. Sin embargo, se les está permitido a niños y jóvenes ver en Internet películas, series y programas de televisión, como en el caso de uno de nuestros entrevistados.

En tercer lugar, en Finlandia se observó una temática particular vinculada a situaciones sociales en las familias. Esta función del uso de medios apuntaba a reducir distancias entre miembros familiares y parientes. Esto evidenció en dos tipos de situaciones: por un lado, un divorcio en la familia (más del 50% de los ca-

samientos terminan en divorcio tras aproximadamente 12 años) y por otro en relación con los niños de familias de inmigrantes. Para ellos los medios sociales ofrecían contactos con su propia cultura y parientes, pero también formas de aprender una nueva cultura «haciendo un especial trabajo de identidad», como describió uno de los entrevistados. En Finlandia es hoy habitual que niños de padres divorciados convivan con ambos padres, por ejemplo, una semana en cada casa. Los medios sociales ofrecerían un posible contacto diario y un espacio neutral para encontrar antiguos y nuevos hermanos y padres.

En cuarto lugar, generalmente hacerse «fan» o tener un pasatiempo particular parece incentivar la participación en redes internacionales como páginas web, grupos o comunidades. Los fanáticos del fútbol —y en especial en Finlandia los fanáticos de la cultura popular japonesa— saltarían sitios web nacionales para dirigirse a importantes sitios en inglés o japonés. También el «gaming» reduce el umbral que implica usar sitios internacionales y sostiene el uso y aprendizaje del idioma inglés. Como muestra Jenkins (2006a), suscribirse a comunidades internacionales basadas en fanatismos es claramente algo que merece seguimientos en estudios nacionales e internacionales de usos de los medios en niños y jóvenes (Jenkins, 2006a, Hirsjärvi, 2010).

Para nuestra sorpresa, a juzgar por las entrevistas de nuestra muestra, en Finlandia la participación —en su sentido político— no está sostenida desde los medios mismos sino localmente, en mundos sociales cotidianos: en la escuela o actividades conjuntas.

7.3. Paisajes de género en el uso de los medios

- Niñas egipcias. El género emergió como un factor de importancia para comparar el uso de medios por niños y niñas en áreas rurales. En áreas urbanas no emergieron diferencias de género de tal magnitud. Sin embargo, fue notable la diferencia entre las respuestas de áreas urbanas (El Cairo) y rurales (Fayún).

En zonas urbanas, tanto niños como niñas usaban frecuentemente Internet, iPods y teléfonos celulares. Solamente una niña (I) respondió que no tenía teléfono celular; la razón no fue económica, pues provenía de una familia de ingresos altos, sino que se trataba de

una cuestión de principios. Todas las niñas dijeron que utilizaban teléfonos móviles principalmente para contactarse con sus padres, parientes y amigos. En todos los casos, el padre se ocupaba de los gastos telefónicos. Los niños usaban teléfono celular más que las niñas, pero las niñas usaban Internet más frecuentemente.

Este grupo de niñas raramente escuchaba la radio o leía periódicos. Todas las niñas tenían cuentas de correo electrónico. También mencionaron que usaban Internet para descargar música y películas. La fuente principal de información en los medios eran sus amigos.

Entre los medios tradicionales, los entrevistados casi siempre hicieron referencia a la televisión. Esto concuerda con estudios anteriores (Reda, 1994; El Shal, 1997; El Abd, 1988). Todas las niñas tenían

Las diferencias en las habilidades en el uso de medios no estaban vinculadas con el sexo de los entrevistados, sino con la disponibilidad de medios, sus intereses personales y la ayuda disponible en el uso cotidiano de los medios así como en su adquisición. Tanto niños como niñas pasaban mucho tiempo usando medios, incluyendo Internet; para ambos el teléfono móvil era el más importante de todos los medios.

equipos de televisión satelital y receptores en su casa. Los programas más populares de televisión eran generalmente películas y series. Una niña (I) indicó que le gustaban los programas que fomentaran la participación de los televidentes, y agregó que le gustaría ver más programas abiertos a la participación de la audiencia mediante teléfonos fijos en vez de únicamente por vía de teléfonos celulares. Esta niña tenía un teléfono celular pero una actitud en contra de la telefonía celular. Una niña (M) prefería ver programas que educaran a la gente acerca de conceptos básicos religiosos.

Las niñas del área metropolitana podían usar nuevos medios ilimitadamente, pero a veces se controlaba el uso de televisión. Una niña (M) dijo que ella misma evitaba ver programas que no estuvieran a tono con su cultura y tradiciones (aparentemente programas que abordaban temáticas o vínculos sexuales).

Cuando se les preguntó acerca de sus esperanzas

o expectativas con relación a los medios, las niñas dijeron que les gustaría ver programas televisivos dedicados a determinados grupos etarios y no simplemente para niños o adultos. Las niñas de áreas rurales indicaron que esperaban programas más serios y educativos, así como más programas que reflejaran la realidad de su propia región.

Las niñas de El Cairo generalmente hablaban con soltura acerca de su uso mediático aunque al principio se mantenían reservadas. Las niñas de áreas rurales eran más cuidadas y no hablaban acerca de asuntos privados o personales. Su uso mediático tenía fines principalmente educativos e informativos; además usaban medios tradicionales, especialmente la televisión. Sin embargo, todas excepto una niña (F) tenían acceso a Internet. Dos niñas (F y R) recientemente habían recibido teléfonos celulares.

Las niñas de áreas rurales usaban periódicos, revistas y televisión más frecuentemente que las de El Cairo. También mencionaron que generalmente miraban televisión con otros familiares como padres y hermanos, y que frecuentemente hablaban de los contenidos de los medios con sus padres. Por el contrario, las niñas de El Cairo dijeron que nunca hablaban con sus padres acerca de los mismos.

- Niños egipcios. En general, los niños eran usuarios ávidos de nuevos medios, especialmente en El Cairo. Todos los de El Cairo (10 en total) tenían Internet en sus casas pagada por sus padres. Ellos también usaban Internet principalmente para «gaming» o para chatear con sus amigos, generalmente en Facebook y YouTube. Un niño de zona rural (A) tenía Internet desde hace solo tres meses. Anteriormente, tenía acceso a la web desde la casa de amigos o parientes.

Generalmente el uso otorgado a Internet era el de chatear, especialmente entre los más jóvenes. Solamente un niño indicó que se conectaba para hacer sus tareas escolares. Era común que descargaran programas y películas. Un niño comentó que miraba en la televisión películas descargadas de Internet. El sitio web más visitado era Facebook. Todos los niños indicaron que sabían del mismo y de otros sitios por sus amigos. Excepto uno de ellos (S, 9 años), todos tenían teléfonos celulares. S usaba teléfonos celulares de sus amigos o de su abuela y su madre. Los niños de El Cairo tenían y usaban teléfonos celulares desde hace muchos años, mientras que los niños de áreas rurales recientemente habían empezado a usarlos.

Los niños de El Cairo tenían los últimos modelos de teléfono celular mientras que los niños de zonas rurales tenían modelos más viejos. Todos los niños de

El Cairo indicaron que los usaban diariamente y en cualquier momento.

Aunque el uso de teléfonos celulares en la escuela estaba prohibido, todos los niños de El Cairo indicaron que los usaban durante los recreos con la función de modo silencioso para que sus profesores no lo notasen. Los niños de áreas rurales dijeron que nunca llevaban teléfonos celulares a las escuelas pues estaba prohibido.

Los niños de El Cairo usaban teléfonos celulares para navegar en Internet. Un niño hasta indicó que siempre miraba películas en el suyo. Los niños en áreas rurales usaban el teléfono celular solo para hacer llamadas. Un niño de esta área dijo: «Yo solamente lo uso en emergencias, el teléfono celular fue originalmente diseñado para esos casos».

Los niños de El Cairo utilizaban frecuentemente teléfonos celulares para mandar mensajes a sus amigos. Incluso estando en casa, nunca usaban teléfonos fijos sino que preferían sus móviles. Los niños de zonas rurales utilizaban mensajes de texto con menor frecuencia y en sus casas usaban teléfonos fijos.

Mientras los niños de El Cairo raramente mencionaban periódicos, revistas o incluso la televisión, en áreas rurales esto sucedía frecuentemente. Dos niños de Fayún también dijeron que generalmente miraban televisión junto a familiares. Los niños de El Cairo miraban televisión frecuentemente solos, puesto que todos tenían televisores en sus cuartos.

Todos los niños escuchaban radio. En El Cairo todos tenían y utilizaban radio y servicios de distribución musical en sus celulares. Los de áreas rurales no escuchaban radio en sus celulares sino en casa. Preferían programas religiosos, educativos y de noticias. Todos los niños de El Cairo usaban iPods, mientras los niños de áreas rurales ni siquiera habían escuchado hablar de éstos.

En conclusión, los datos indican que en Egipto, factores sociales y geográficos emergieron como influencias importantes en la alfabetización con nuevos medios en niños, en su uso y participación mediática.

- Niños finlandeses. En Finlandia se encontró una sorprendente igualdad en el acceso y posesión de medios entre niñas y niños, pero este muestreo evidenció algunas diferencias menores. Las niñas usaban más que los niños Galería IRC, un foro on-line basado en cargar fotos propias a un perfil (también tiene otras cualidades de los medios sociales, por ejemplo el chat). También el uso de medios sociales, como los comentarios en blogs o páginas web, era más común entre niñas.

La producción de contenidos para sitios públicos estaba vinculada con intereses especiales. Aquellas niñas fanáticas de un determinado género (fantasía, anime) eran muy prolíficas, hacían videos musicales en YouTube, escribían y publicaban fan fiction (ficción escrita acerca de ciertos textos en los medios como películas o series televisivas) y participaban en discusiones en páginas web. Esto apoya estudios que encontraron a los fanáticos de la literatura de ciencia ficción (Suoninen, 2003; Hirsjärvi, 2009) o «fandom» en general (Jenkins, 2006a; 2006b), excepcionalmente activos en su uso mediático.

El factor género se aclaró más con el grupo de niñas más jóvenes de familias inmigrantes del área metropolitana. En particular, un grupo de cuatro niñas fue el único que discutió acerca de la calidad de los medios. Ellas tenían oportunidades mínimas –de hecho, las más bajas de todos los grupos– para influenciar su adquisición de medios; su uso de medios aparentemente estaba más supervisado que para otros niños finlandeses. Durante la entrevista ellas competían sobre la calidad y estilo de diferentes teléfonos celulares y sobre su conocimiento en el uso de medios, especialmente medios sociales.

Claramente las diferencias en las habilidades en el uso de medios no estaban vinculadas con el sexo de los entrevistados, sino con la disponibilidad de medios, sus intereses personales y la ayuda disponible en el uso cotidiano de los medios así como en su adquisición. Tanto niños como niñas pasaban mucho tiempo usando medios, incluyendo Internet; para ambos el teléfono móvil era el más importante de todos los medios.

Sin embargo, un factor particular de género emergió en las entrevistas preliminares y finales. Los niños que tenían un interés especial por la cultura popular japonesa, especialmente por el anime, parecían usar medios versátilmente, por ejemplo escribiendo «fan fiction» o videos musicales de sus artistas favoritos. Una entrevistada de 14 años habló acerca de su trabajo de identidad vinculado con su búsqueda de identidad lesbiana. Las preguntas de sexo y género aparecieron de una forma muy natural también en otras entrevistas.

8. Conclusión

Los resultados discutidos previamente evidencian que los medios egipcios, especialmente Internet, afectan la vida cotidiana de los niños. Esta Red de redes ofrece temas de conversación con pares y amigos; el elemento social del uso de los medios es de suma importancia. Difícilmente se les dio a los medios usos de índole educacional. Los niños más jóvenes fueron más

activos que los mayores a la hora de crear y producir contenidos on-line. De hecho se encontraron huellas de adicción a nuevos medios entre los niños.

Los resultados de Finlandia expresan la importancia de la accesibilidad y disponibilidad temprana de medios, así como en escuelas y bibliotecas. Éstos sugieren además que los resultados de la educación mediática han sido positivos. Hay indicios de algunas diferencias culturales dentro de este nórdico país, como en niños de familias inmigrantes y sus usos individuales especiales.

Un análisis más profundo de las entrevistas de los tres países está actualmente en proceso. Además, se compararán los procesos de construcción de significado en el uso mediático, trabajo de identidad y culturas participativas, especialmente en conexión con la convergencia de medios (Jenkins, 2006a; 2006b).

Referencias

- APPADURAI, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Public Cult*, 1 (2); 21-24.
- ASRAN, S.S. (1998). *Role of Television Drama in Providing School Leavers with Social Values: A Study on a Sample of Egyptian Children Who Have Left Education*. Faculty of Arts (Egypt): Zagazig.
- CARLSSON, U. (2009). Young People in the Digital Media Culture. In CARLSSON, U. (Ed.). *Children and Youth in the Digital Media Culture from a Nordic Horizon*. Sweden: The International Clearing House on Children, Youth and Media.
- EL ADB, A. (1988). *Children's Programmes on Television*. Dar El Fekr: El Arabi.
- EL SAYED, L.H. (1996). *Children's Realization of Televised Reality*. Cairo: Childhood Studies Center, Ein Shams University.
- EL SEMARY, H.B. (1995). *Influence of Watching Television on Egyptian Children's Habits of Reading*. Cairo: Childhood Studies Centre, Ein Shams University.
- EL SHAL, I. (1997). *Relationship of the Child with Print and Electronic Media*. Dar Nahdet: El Shark.
- GLASER, B.G. & HOLTON, J. (2004). Remodeling Grounded Theory. *Forum: Qualitative Social Research*, 5 (2); May. (www.cualsoft.com/pdf/2-04glaser-e.pdf) (01-04-2011).
- GLASER, B. & STRAUSS, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- GEERTZ, C. (1973). Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture. In GEERTZ, C. (Ed.). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- HIGHER PRESS COUNCIL (Ed.) (2009). *Statistics*. Cairo: Higher Press Council.
- HIRSJÄRVI, I. (2010). Fandom, New Media, Participatory Cultures. In CARLSSON, U. (Ed.). *Children and Youth in the Digital Media Culture from a Nordic Horizon. The Yearbook, 2010*. Gothenburg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. 133-142.
- JENKINS, H. (2006a). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- JENKINS, H. (2006b). *Fans, Blogger, Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.

- JENKINS, H. (1995b) Out of the Closet and into the Universe. Queers and Star Trek. In TULLOCH, J. & JENKINS, H. (Eds.). *Science Fiction Audiences. Watching Doctor Who and Star Trek*. London: Routledge; 237-265.
- KAMEL, O.M. (1995). *Children's Perception of Personality Characteristics which are portrayed in Children's Programmes*. Cairo: Childhood Studies Center, Ein Shams University.
- KANGAS, S.; LUNDVALL, A. & SINTONEN, S. (2008). *Lasten ja nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa (The Media Environment of Children.) Lasten ja nuorten mediafoorumi*. Helsinki: Liikenne - ja viestintäministeriö (Ministry of Transport and Communications). (www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=22170&name=DLFE-4803.pdf&title=Lasten) (15-03-2011).
- KOTILAINEN, S. (2010). Global Digital Culture Requires Skills in Media Literacy. In CARLSSON, U. (Ed.). *Children and Youth in the Digital Media Culture. Yearbook, 2010*. Gothenburg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. 65-74.
- KOTILAINEN, S. (2009). Promoting Youth Civic Participation with Media Production: The Case of Youth Voice Editorial Board. *Communicar*, 32 (16); 181-192.
- MARCUS, G. (1995). Ethnography in/of the World System: the Emergence of Multi-sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24; 95-117.
- Media Committee of the Arab League (Ed.) (2010). *Statistics*. Cairo: Arab League.
- MERTON, R.K.; FISKE, M. & KENDALL, P.L. (1990/1975). *The Focused Interview. A Manual of Problems and Procedures*. Illinois: The Free press.
- PISA (2010). www.pisa.oecd.org/pages/0,2987,en_32252351_-32235731_1_1_1_1_1_1_1,00.html (10-01-2011)
- REDA, A. (1994). Impact from Television Violence on Children's Behaviour. *Journal of Communication Research*. Cairo, July.
- STATISTICS FINLAND (Ed.) (2010). www.tilastokeskus.fi.
- TAYIE, S. (2008). Children and Mass Media in the Arab World: A Second Level Analysis. In CARLSSON, U.; TAYIE, S.; JACQUINOT, G. & PÉREZ-TORNERO, J.M. (Eds.). *Empowerment through Media Education: An Intercultural Dialogue*. Sweden: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom. 67-87.