



Características de los consumos mediáticos de niños, niñas y adolescentes.

Ecosistema de comunicación y formas de percepción crítica de niños y niñas

Consumo cultural

García Canclini (1995:44)
“consumir es participar
en un escenario de
disputas por aquello que
la sociedad produce y
por las maneras de
usarlo”.

Dicho consumo tiene lugar
en un determinado
ecosistema de
comunicación



Cultura de consumo

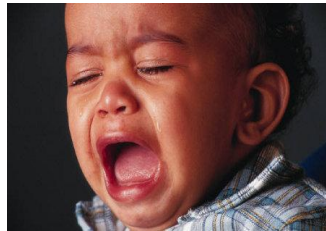


Está presente en nuestra cotidianeidad con imágenes y publicidades de productos, lo cual a la vez genera nuevas prácticas culturales que transforman la interacción de los niños y niñas con los demás y con los propios bienes de consumo.

Para la publicidad y el marketing los niños, niñas y jóvenes son “clientes” que pertenecen a un determinado nicho de consumo

ECOSISTEMA COMUNICACIONAL

Google™



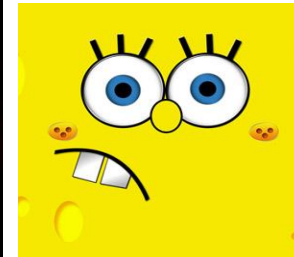
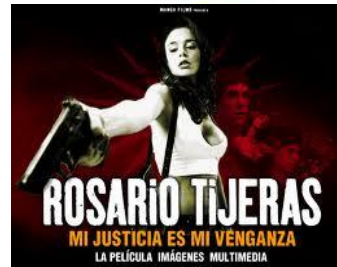
mep

REPRETEL



Ministerio de Educación Pública

Doce Pinos ...siempre con algo mejor.



HOLLISTER CALIFORNIA

NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

Ecosistema, interacción y percepción crítica de niños y niñas

Según Lazo Zaragoza (2007. 37)

“El niño como perceptor crítico, una vez está alfabetizado audiovisualmente o ha adquirido el aprendizaje de «educación en materia de comunicación», cuenta con pautas para comprender y analizar la forma y el contenido de los mensajes. Entre otros aspectos, sabrá discernir entre realidad y ficción; dilucidar qué aspectos críticos albergan los contenidos televisivos; o extraer los valores y contravalores integrados en las imágenes.”

Niños y niñas como perceptores participantes

El niño como perceptor participante pasa por todos los estadios anteriores:

- Mira la televisión, no se limita a verla como espectador.
- Puede describir lo que mira como receptor.
- Interpreta la forma y el contenido de los mensajes porque posee las habilidades necesarias como perceptor crítico.
- Establece comparaciones con lo que ya conoce, lo aplica a nuevas situaciones y actúa como perceptor participante.

Niños y niñas como perceptores participantes

Niños y niñas como perceptores participantes se apropian de los significados para llegar a reinterpretarlos, tras un proceso de intercambio de ideas en los distintos contextos en los que se relaciona.

En estos contextos de significación (familia, escuela, grupo de pares y medios de comunicación, entre otros) se producen una serie de mediaciones que unidas a la experiencia previa del niño le llevan a analizar, reflexionar y aplicar los significados, lo que le dota de un grado considerable de control y autonomía respecto a la pantalla.