

Revista de Libros

FERNÁNDEZ CAVIA, JOSEP

El consumidor adolescent. Televisió, marques i publicitat

Bellaterra, Castellón de la Plana, Barcelona, Valencia: UAB, Publicaciones Univ. Jaume I, Univ. Pompeu Fabra, Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2002

El estudio del adolescente como consumidor interesa a públicos muy variados. En primer lugar, forma una parte integrante del estudio del consumidor en general, básico para planificar las acciones específicas más adecuadas por parte de los profesionales del marketing y de la publicidad. En segundo lugar, educadores, pedagogos y padres pueden entender mejor las causas de algunas actitudes o comportamientos que, vistos desde fuera por los adultos, parecen injustificados. En tercer lugar, profundizar en el papel que los adolescentes representan en el complejo mundo del consumo puede resultar bastante aclaratorio para sociólogos, psicólogos o profesionales dedicados al ámbito comunicativo.

El consumidor adolescent esboza un panorama general de lo que piensan, sienten y hacen los adolescentes en torno al consumo, la televisión, las marcas y la publicidad a inicios del siglo XXI. Debido a la complejidad y alcance del tema, se ha pretendido definir unas líneas maestras que ayuden a comprender la naturaleza global del fenómeno.

GARCÍA MEXÍA, PABLO dir.

Principios de derecho de Internet
Valencia: Tirant lo Blanch, 2002

Esta obra parte de una convicción profunda de sus autores: el fenómeno Internet provocará, en el ámbito del Derecho, transformaciones de una profundidad equivalente a las que, en general, ya produce en todas y cada una de las facetas de la vida social. De acuerdo con esta convicción, la obra que nos ocupa constituye un trabajo completo sobre el impacto de Internet en el mundo del Derecho; una obra que une, con gran rigurosidad científica—pero también con esfuerzo sistemático y, sobre todo, con una buena accesibilidad—los temas más relevantes al respecto. Así, además de ser de gran utilidad para los profesionales relacionados con las áreas jurídica y tecnológica, el libro interesa también a lectores del público en general, dada la gran actualidad del impacto de Internet en la vida cotidiana. El libro incluye comentarios y el texto de la nueva Ley de Internet.

CLERGET, STÉPHANE

Ils n'ont d'yeux que pour elle. Les enfants et la télé

París: Fayard, 2002

¿Y si los padres, que se preocupan de proteger a sus hijos, subestimaran algunos peligros? Cada vez más pegados a la pantalla, niños y adolescentes reciben el impacto del espectáculo televisivo. Y este impacto—y no únicamente cuando pone en escena representaciones de violencia, sexual incluida—tiene una considerable importancia para la construcción de su personalidad, su relación en el tiempo y el espacio, su modo de pensar, su imaginario, su comportamiento, su escolaridad.

La solución no se halla en el control absoluto de los programas, difícil de llevar a cabo, ni en la prohibición pura y simple de la televisión o de los videojuegos; se trata de un proceso a largo plazo, una educación sobre los medios y sobre la imagen, realizada en casa y en la escuela y con la finalidad de transformar al niño de consumidor pasivo a telespectador activo.

Ilustrado con situaciones reales producidas en la consulta de su autor, psiquiatra infantil, el libro interesará a los padres, evidentemente, y a los especialistas de la infancia, pero también a los a los profesionales del audiovisual y de las nuevas tecnologías.