

*TELEVISIÓN: DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD E INFANCIA*

María Esther Del Moral Pérez (coord.)

Editorial Octaedro. 2010. Barcelona.

Lourdes Villalustre Martínez  
Universidad de Oviedo

La televisión ocupa la mayor parte del tiempo de ocio y entretenimiento de los niños y niñas, convirtiéndose en una instancia más del crecimiento cognitivo y moral de los más pequeños. La cultura de la imagen puede erigirse en un eficaz instrumento para la transmisión de normas, valores y pautas de comportamiento, estableciéndose como un poderoso referente sociocultural. Es por ello indispensable que los niños, adolescentes y jóvenes adquieran un pensamiento crítico a través del desarrollo de competencias audiovisuales y digitales que les doten de las herramientas necesarias para analizar los contenidos que reciben.

La reciente aprobación de la nueva Ley General de Contenidos Audiovisuales hace que la presente obra posea una gran pertinencia, en ella se recogen las aportaciones de diferentes especialistas del ámbito de la educación, la comunicación, la psicología, la salud... de distintas universidades y ámbitos profesionales. Quienes contribuyen a reflexionar sobre la temática de *La televisión, desarrollo de la creatividad e infancia*, lo hacen a partir de las conclusiones obtenidas en la investigación *La mediación de las pantalla: televisión y videojuegos, controvertidos modelos para el aprendizaje cognitivo-social*, llevada a cabo por el grupo de investigación *Tecn@* de la Universidad de Oviedo.

Su coordinadora pone de relieve la preocupación que existe sobre los efectos cognitivos, afectivos y conductuales que la televisión y los videojuegos pueden tener sobre el público infantil y juvenil. En este libro, integrado por trece capítulos, se exponen de forma clara y concisa, un conjunto de reflexiones sobre el uso, abuso y consecuencias del consumo televisivo, así como la descripción de algunas experiencias televisivas de otros países encaminadas a ofrecer espacios de entretenimiento audiovisual que favorezcan la creatividad de los niños y niñas.

La obra se puede dividir en dos grandes ejes, primeramente se recogen las reflexiones efectuadas por diferentes expertos sobre los fines de los medios de comunicación; el consumo televisivo y de videojuegos de los menores que han formado parte de la mencionada investigación de la Universidad de Oviedo; el análisis efectuado sobre la experiencia española de autorregulación de contenidos televisivos; y la responsabilidad que la familia puede tener al respecto.

Seguidamente, se presentan experiencias de alfabetización audiovisual, encaminadas a mostrar a los más pequeños los secretos de la televisión y del cine; a dar a conocer diferentes iniciativas televisivas el ámbito internacional caracterizadas por potenciar la creatividad y el desarrollo psicológico y madurativo de la joven audiencia a través de una programación entretenida y formativa; también se analizan las posibilidades

educativas del nuevo entramado mediático que surge a partir de la irrupción de la Televisión 2.0, ofreciendo nuevas vías de acceso televisivo vía Internet.

Todas estas experiencias y reflexiones pueden servir de ayuda para docentes, educadores, padres y madres, entre otros, que desean que los más pequeños se conviertan en receptores activos, críticos y creativos frente a la oferta televisiva. Está también dirigido a los responsables de los medios y de programaciones infantiles.