

Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario

COELHO, Teixeira
 Barcelona: Gedisa, 2009.
 365 p.
 ISBN: 978-84-9784-249-5

La política cultural es un ámbito en el que confluyen vertientes de discurso muy diversas, que van de la academia como al ejercicio directo de responsabilidades públicas y empresariales. Esta concurrencia hace especialmente valioso el presente volumen, que bajo el formato de un diccionario ofrece un sistema de comprensión orgánica de la política cultural en la contemporaneidad. Las entradas remiten al lector a distintos aspectos de este relevante campo, con la ayuda de un abundante cuerpo de referencias bibliográficas, y no solamente contienen el significado de la palabra o expresión indicada, también incluyen un comentario crítico sobre el uso que se hace de ella.

El Diccionario crítico de política cultural ofrece también elementos clave en el debate acerca de qué es la cultura y cómo ver la Política Cultural como un sistema ordenado de conceptos y prácticas. Este libro participó en la introducción de los estudios sistemáticos de política cultural en la



Universidad de Sao Paulo, Brasil, y es hoy una referencia mundial en su campo, además de que ha sido especialmente revisado por el autor para la edición en castellano de Editorial Gedisa.

Sumario: Prefacio a la edición española; Introducción; 1.Un dominio para la política cultural/ Teixeira Coelho; 2.Estructura y manejo del diccionario/Maria de Fátima G.M. Tálamo; 3.Colaboradores; Diccionario; Anexo1. Cultura es la regla; arte, la excepción; Anexo 2. Política cultural, siglo XXI; Índice de términos y no términos.

Ciudades Creativas. Volumen 1. Cultura, territorio, economía y ciudad

Barcelona: Fundación Kreanta, 2009. 263 p.
 (Ciudades creativas 1)
 ISBN: 978-84-613-2572-6



Una reflexión sobre las relaciones entre cultura, territorio, economía y ciudad. Una invitación al desarrollo del diálogo y debate del sector cultural con los sectores del urbanismo y la promoción económica local. El libro se estructura en cuatro ámbitos temáticos: Cultura y territorio; Clusters urbanos e industrias culturales; El liderazgo de emprendedores y creadores; Arte y espacio público.

Cultura y territorio: la cultura se ha transformado en un elemento central de las políticas territoriales, de la reivindicación de la ciudad como espacio público y del marketing urbano. En este ámbito se analizan los itinerarios y las formas en los que se desarrolla la concurrencia entre la planificación territorial, la planificación cultural y el marketing de ciudad. Clusters urbanos e industrias cul-

turales: el reconocimiento sobre los efectos positivos que la creatividad y la cultura tienen sobre el desarrollo económico local es cada vez más amplio. Estudios y experiencias de diferentes ciudades ponen de manifiesto que hay ciertas pautas de concentración de las industrias culturales (y creativas) en las áreas urbanas de mayor dimensión. El liderazgo de emprendedores y creadores: la captación de talento es condición necesaria para impulsar una ciudad creativa. ¿Cuáles son los factores de atracción de un territorio para captar emprendedores y creadores del sector cultural? ¿Qué condiciona la elección de un territorio por un artista o un empresario de la cultura? Arte y espacio público: de la mano de la administración local el arte contemporáneo está teniendo un protagonismo creciente en los espacios públicos con obras e intervenciones artísticas interactuando con los ciudadanos de a pie. El binomio arte y espacio público se convierte en un claro ejemplo de la necesaria convergencia de la cultura con la arquitectura y el urbanismo.

Sumario: El proyecto de las ciudades creativas/Félix Manito; Ámbito: Cultura y territorio. Introducción/Lluís Bonet; El urbanismo de las ciudades creativas: entre el azar y la necesidad/Jordi Borja; Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico/Pier Luigi Sacco y Guido Ferilli; La



cooperación territorial en la región Nord-Pas de Calais y las claves del éxito de Lille 2004/Donato Giuliani; San Sebastián: ciudad creativa/Odón Elorza; Girona y la cultura. Una alianza para el futuro/Joan Pluma. Ámbito: Clusters urbanos e industrias culturales. Introducción/Xavier Cubeles; Las ciudades creativas: hurgando en el slogan/Pau Rausell; Industria cultural, cultura industrial: motores de progreso/Pere Navarro; Apoyo integral a emprendedores creativo en Sevilla: Proyecto Lunas/Paz Sánchez Zapata y Francisco Álvaro; Industrias culturales y cluster de excelencia urbana. La corona metropolitana de Madrid/Fernando de Yzaguirre García; Ámbito: Liderazgo de emprendedores y creadores. Introducción/Javier Brun; Ciudades creativas: ciudad, talento, innovación. 10 notas a pie de página/Xavier Marcet; ¿Factores "soft" o "hard"? Determinantes para la localización de empresas creativas y del conocimiento en la Región Metropolitana de Barcelona/Montserrat Pareja-Eastaway; Creatividad y liderazgo emprendedor: el caso de Ferran Adrià y el Bulli/Silviya Svejnova

y Marcel Planellas; Innovación cultural y cultura para la innovación (La plataforma Disonancias)/Roberto Gómez de la Iglesia; Tournefeuille, la cultura como señal de identidad/François Lajuzan. Ámbito: Arte y espacio público. Introducción/Fina Sitjes; Arte y espacio público: ¿industria, creatividad o crítica?/Josep Maria Montaner; Arte y espacio público: entre lo efímero y lo permanente/Rosina Gómez Baeza; El virus positivo tiene que expandirse. Accidentes parametrizados/Enric Ruiz-Geli; Buscando el norte a través de la creatividad/Ramon Parramon.

A New agenda?: the European Union and cultural policy

NAESS, Hans Erik
London: Alliance Publishing,
2009. 199 p.
ISBN: 978-0-9558804-3-8

Durante las dos últimas décadas, desde la caída del Muro de Berlín hasta la época actual, marcada por los efectos de la globalización, se ha evidenciado que la cultura influye cada vez en mayor medida en las vidas de los ciudadanos europeos. En respuesta a esta realidad la Unión Europea (UE) aprueba en 2007 'Una agenda europea para la cultura en un mundo en vías de globalización', siendo la primera vez que la UE establece una estrategia clara para la cultura y la eleva a la primera división de las políticas europeas. El



autor de esta obra, que abarca desde la filosofía cosmopolita hasta los videojuegos, es el sociólogo noruego Hans Erik Naess y pretende analizar el contenido de esta nueva estrategia, qué novedades y cambios aporta y cómo afecta a las culturas europea y nacionales.

Sumario: 1. Meeting point Brussels; 2. What Europe? Whose Europe?; 3. The European Union in the age of culture; 4. The ambiguity of cultural dialogue; 5. The creative Europe; 6. Culture and foreign policy; 7. EU goes culture...and then what?

Youtube: online video and participatory culture

BURGESS, Jean
JOSHUA, Green
Cambridge: Polity, 2009. XI,
172 p.
ISBN: 978-0-7456-4479-0

YouTube es uno de los sitios web más conocidos y frecuentados del actual panorama de los medios de comunicación participativos en línea, y es la primera y más popular plataforma de videos creados por el usuario. En esta obra los autores, Burgess y Green, explican de qué manera YouTube está siendo utilizado y las implicaciones que ello tiene, así mismo analizan cómo estos nuevos comportamientos se relacionan con las amplias trans-



formaciones que en estos momentos están experimentando la cultura, la sociedad y la economía. En la obra se examinan de una manera crítica los debates públicos que surgen alrededor de YouTube y se demuestra la importancia de las luchas por la autoridad y el control en el nuevo panorama de los medios de comunicación. Los autores utilizan tanto fuentes teóricas como investigación empírica para analizar cómo YouTube

está siendo usado por las industrias de la comunicación, por el público y los productores aficionados y por determinadas comunidades con intereses particulares, y la manera en que estos usos cambian las ideas existentes sobre producción y consumo cultural.

Sumario: 1. How YouTube matters; 2. Youtube and the mainstream media; 3. YouTube's popular culture; 4. YouTube popul's social network; 5. YouTube's cultural politics; 6. YouTube's uncertain futures; What happened before YouTube/Henry Jenkins; Uses of YouTube, digital literacy and the growth of knowledge/John Hartley.

El arte de la escenotécnica: cómo diseñar espacios escénicos de excelencia

ASTIASO, Cayetano
IBÁÑEZ, Dino
TAMAYO, José Luís
Sant Celoni (Barcelona):
Bissap Consulting, 2009.
95 p.
(Cuadernos Gescènica; 5)
ISBN: 978-84-935124-6-0

El hecho escénico está condicionado por el espacio en que se desarrolla. Un espacio adecuado permite que una buena propuesta escénica llegue a la excelencia. Un consultor escenotécnico toma el alma de un proyecto escénico y lo traduce en es-



pacio. La escenotecnia es un arte y una técnica. Este libro recoge por primera vez las reflexiones y recomendaciones de tres especialistas de prestigio que contrastan sus experiencias y las sirven en forma de diálogo para involucrar en él al lector.

Sumario: 1. La emergencia de un nuevo profesional; 2. Diez ideas, dos debates, un libro; 3. Una reflexión previa; 4. El edificio debe mandar; 5. La elaboración del proyecto; 6. El arquitecto lo sabrá; 7. El espectador es un héroe; 8. Anexo: Mapa de recintos escénicos y profesionales.



Mercado y consumo de ideas: de industria a negocio cultural

TORTOSA, VIRGILIO (Ed.).
Madrid: Biblioteca Nueva,
2009. 524 p.
ISBN: 978-84-9742-927-6

Ni los pronósticos más oscuros de la Escuela de Frankfurt podían preconizar, cuando plantean el concepto de industria cultural, su nuevo estadio especulativo y financiero, por los efectos de una voraz espiral mercantil instalada en todos los sectores de la cultura, en exacta correspondencia con los demás ámbitos de nuestra realidad. El patrón neoliberal y consumista de la cultura ha ofertado como entretenimiento y ocio lo que buena parte de la historia fuera conocimiento humano y afán de superación o reclamo de un ethos entre el ser humano y su sociedad. Un amplio repaso a los más diversos sectores de la cultura actual a través de sus profesionales convocados para la ocasión diseccionan un amplio espectro de lo que está ocurriendo en este nuevo siglo. Un documento de análisis del estado de la cuestión de la cultura desde cuantos prismas la componen para situarse en un presente (las mayoría de las veces cruelmente) acelerado por la lógica bursátil de los mercados.

Sumario: Preámbulo: Un gusto global/Virgilio Tortosa; I. Cultura y globalización: Estrategias de la cultura/Francisco Jarauta; El consumo de cultura en la era informacional/Joan Oleza; Los orígenes teórico-críticos del concepto "Industria cultural"/Raúl Rodríguez Ferrándiz; El libro como producto financiero/Germán Gullón; El mecenazgo postcapitalista: la enésima crisis de la ficción narrativa de calidad/Covadonga Gemma Fouces González; Estrategias ilusorias en la producción/Diseminación de la cultura literaria en la Europa occidental/José Lambert. II. Literatura y artes: La novela como valor económico y de prestigio de la modernidad/Santos Alonso; Narrativa y entretenimiento: el fenómeno del best-sellerismo/Ramón Acín; El difícil equilibrio de la relación entre industrias culturales y artes escénicas/Guillermo Heras; Lírica en tiempo de consumo/Virgilio Tortosa; Entre el espectáculo y la cultura: el negocio del cine/José Luis Sánchez Noriega; Una poesía sin aura. Política, industria cultural y música popular en la transición española (1977-1987)/Antonio Méndez Rubio; Mercancía y espectáculo: una perspectiva teórica sobre las artes plásticas como industria cultural/Enric Mira Pastor; El arte contemporáneo de feria en feria. El truco más caro del mundo/Laura Revuelta; El diseño gráfico en la encrucijada de la industria cultural/José Manuel Ruiz Martínez; La publicidad como industria cultural/Raúl Rodríguez Ferrándiz; Arte colaborativo: el sentido de la articulación a través de la experiencia relacional/Jordi Claramente y Javier Rodrigo; III. Crítica y medios de difusión: El caso Echevarría: recuento/Ignacio Echeva-

ría; El periodismo cultural, hoy/ Francisco Rodríguez Pastoriza; Arte contemporáneo, de feria en feria/Laura Revuelta; Ínsula, hoy/ Arantxa Gómez Sancho; El mono que hace al hábito. Crítica literaria y medios de comunicación/Juan Trejo. IV. Edición, producción y gestión: Responsabilidad del editor y poética editorial/Constantino Bértolo; Poesía y mercado/Segio Gaspar; Editar lo representable: una apuesta privada contracorriente/Fernando Bercebal; La producción teatral en la España de hoy/Jesús Cimarro; Cine español: una crisis que no cesa (la producción cinematográfica)/José Antonio Félix; La gestión cultural pública: un análisis en primera persona/Fabiola Serra; El papel del agente literario del siglo XXI/Anne-Marie Vallat. V. Propiedad intelectual: Cedro: entidad de gestión de derechos reprográficos/Antonio Roche Navarro; La propiedad intelectual: de la cultura impresa a la digital/Andrés Boix Palop.

La Economía del espectáculo: una comparación internacional

ELIA, Carlos M. (comp.)
Sant Celoni (Barcelona):
Bissap Consulting, 2009.
223 p.
(Cuadernos Gescénic 3)
ISBN: 978-84-935124-9-1

Con el objetivo de avanzar en el análisis de las principales variables explicativas del comportamiento de los mercados escénicos, de la producción y de la gestión escénica, así como de la inter-



acción pública en el sector, los días 6 y 7 de septiembre de 2007 tuvieron lugar en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires una serie de exposiciones públicas y reuniones a puerta cerrada en las que participaron expertos de reconocido prestigio en la materia. De estas reuniones, celebradas en el marco del II Encuentro Internacional sobre la Economía de las Artes del Espectáculo, se han extraído una serie de reflexiones en torno a temas clave de las artes del espectáculo que son las que se recogen en las siguientes páginas.

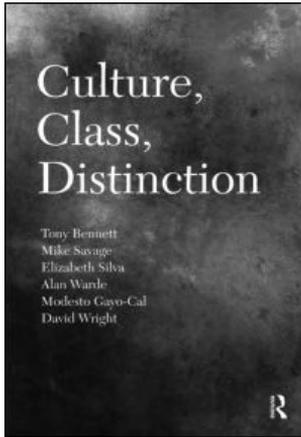
Sumario: 1. Características económicas del sector del teatro en España/Lluís Bonet; 2. La situación de las artes escénicas en Uruguay/Gustavo Buquet; 3. Financiamiento público y las artes del espectáculo en los Estados Unidos/Michael Rushton; 4. Los mercados del espectáculo en Argentina: circuitos alternativo, comercial y público/Brenda Bernstein y Héctor Schargorodsky; 5.

Política tarifaria y democratización de las prácticas culturales en Francia: la prueba de los hechos/Xavier Dupuis; 6. La situación económica cambiante de los artistas del espectáculo/David Throsby; 7. Alternativas para el estudio de la asignación del tiempo de los artistas/Carlos Casacuberta; 8. Política tarifaria y democratización de las prácticas culturales/Omar López; 9. La relación entre el sector público y el sector privado de las artes escénicas/Cristian Antoine; 10. Análisis de los factores de producción en dos teatros públicos de Buenos Aires: el Complejo Teatral de Buenos Aires y el Teatro Nacional Cervantes/César Palmeiro y Héctor Schargorodsky; 11. El output de las artes escénicas/Carolina Asuaga; 12. El análisis de las modalidades de gestión: una clave para el análisis económico del espectáculo vivo/Xavier Dupuis; 13. Reflexiones compartidas sobre la economía de las artes del espectáculo/Anna Villarroya; Intervenciones públicas y artes escénicas. Una reseña y tres cuestiones disputadas/Cristian Antoine.

Culture, class, distinction

BENET, Tony
SAVAGE, Mike
SILVA, Elizabeth [et al.].
London: Routledge, 2009.
XVIII, 311 p.
ISBN: 978-0-415-42242-0

Esta publicación, a cargo de un equipo de sociólogos coordinados por Tony Bennett y Mike Savage, está destinada a ser una obra de referencia para todo aquél que busque respuestas sobre



la sociología de la cultura y los debates en torno a cómo opera el capital cultural en las formas contemporáneas de desigualdad. Si Pierre Bourdieu trabajó sobre esta cuestión en la sociedad francesa de los años 60 y 70 del pasado siglo, el presente trabajo localiza su investigación en las prácticas culturales en la sociedad británica actual. Así, este trabajo es heredero del trabajo del autor de La distinción, si bien Bennett y compañía revisan y ponen al día el primero. Y lo hacen partiendo desde el mismo cuerpo teórico y los resultados de su investigación. En la construcción del capital cultural del individuo no sólo su clase socioeconómica es una condición significativa. También la edad, el género y su propio grupo étnico tienen un papel fundamental en el proceso de construcción del capital cultural de la persona. Así, los autores describen y explican de manera sistemática el papel de las prácticas y consumos culturales

como mecanismo de diferenciación y división social, económica, étnica y de género en la sociedad británica contemporánea.

Sumario: Introduction; Part I. Situating the analysis: 1. Culture after Distinction; 2. Reserching cultural capital: questions of theory and method; Part II. Mapping tastes, practices and individuals: 3. Mapping British cultural taste and participation; 4. Individuals in cultural maps; Part III. Cultural fields and the organisation of cultural capital: 5. Tensions of the musical field; 6. Popular and rare: exploring the field of reading; 7. A sociological canvas of visual art; 8. Contrasting dynamics of distinction: the media field; 9. Cultural capital and the body; Resumé of part III: tensions and dynamics; Part IV. The social dimensions of distinction: 10. Cultural formations of the middle classes; 11. Culture and the working class; 12. Gender and cultural capital; 13. Nation, ethnicity and globalisation; 14. Conclusion; Methodological appendices.

Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural

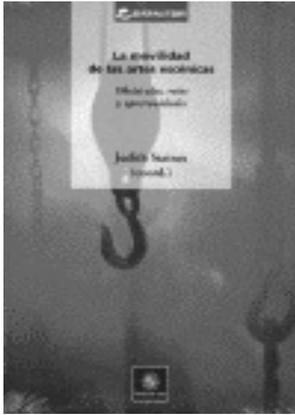
IZARGA, Roberto
Buenos Aires: La Crujía,
2009. 245 p.
ISBN: 978-987-601-071-9

La distribución de los tiempos de ocio, sobre todo de las personas que habitan en las grandes ciudades, está cambiando. La vida laboral y extralaboral se ha colmado de pequeñas pausas. Las



nuevas generaciones entremezclan producción y entretenimiento de manera muy diferente de las generaciones anteriores. Su mundo está repleto de micropausas que coinciden con el tiempo de ver un video en Internet o consultar un blog. El ocio se ha vuelto intersticial, se escurre entre las tareas para el colegio, en los tiempos de espera, durante los cortos desplazamientos. Con la aparición de estas burbujas de tiempo, los nuevos medios y los dispositivos móviles juegan un rol protagónico en la vida de las personas y en su consumo cultural. La recepción móvil sobre todo favorece el empleo de estas burbujas para acceder e incluso producir y distribuir contenidos que, generalmente, son brevedades.

Sumario: 1. Cultura urbana, cultura de la movilidad, cultura global; 2. La sociedad del ocio intersticial; 3. Cuando las burbujas invaden los escritorios; 4. Movilidad y consumo de contenidos; 5. Microcontenidos; 6. Nuevas formas de distribución.



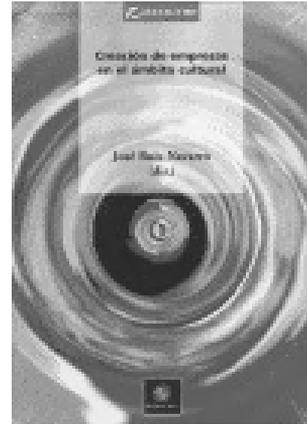
La movilidad de las artes escénicas: obstáculos, retos y oportunidades.

STAINES, Judith (coord.).
Madrid : Fundación Autor,
2009. 499 p.
ISBN: 978-84-8048-795-5

La libre circulación de profesionales, bienes y servicios constituye una de las libertades fundamentales garantizadas por el derecho comunitario. Y es además, un elemento esencial de la ciudadanía de la Unión Europea. El conjunto de estudios, artículos y entrevistas recogidos en esta obra examina diferentes aspectos de la movilidad internacional de los profesionales de las artes escénicas en Europa. El libro contiene lecturas esenciales para creadores y artistas, gestores, promotores, organizadores de festivales y todos aquellos que trabajen en el sector y tengan responsa-

bilidades internacionales o quieran conocer más sobre el tema. Estos textos, disponibles por primera vez en español, resaltan y explican las políticas públicas, los programas, los obstáculos y las condiciones legales y sociales básicas, así como las motivaciones que impulsan a los artistas y creadores a moverse libremente para realizar, compartir y mostrar su obra. Los artículos responden a una iniciativa de la organización On-the-Move, la IETM (red Internacional de las Artes Escénicas Contemporáneas), la Pearle (Liga Europea de Asociaciones Empresariales de Artes Escénicas) y la IFACCA (Federación Internacional de Consejos de las Artes y Agencias Culturales), entre otras, que ha contado con la colaboración de Judith Staines (coordinadora de la presente edición), Richard Poláček y Guy Cools.

Sumario: Prólogo; Capítulo 1. Coproducciones y giras internacionales/Guy Cools; Capítulo 2. Rodar y rodar/ Judith Staines; Capítulo 3. De gira por el mundo/ Judith Staines; Capítulo 4. Estudio sobre las trabas a la movilidad en el sector de las artes escénicas en la UE y posibles soluciones/Richard Poláček; Capítulo 5. Guía fiscal y de seguridad social/Judith Staines; Capítulo 6. Programas de movilidad internacional de artistas/Judith Staines; Anexo de entrevistas. La experiencia de 5 artistas.



Creación de empresas en el ámbito cultural

RUIZ NAVARRO, José (dir.).
Madrid: Fundación Autor,
2008. 245 p.
ISBN: 978-84-8048-789-4

En este trabajo se muestran ideas y evidencias de cómo la cultura se convierte en un recurso estratégico en la sociedad del conocimiento, además de describirse los factores que influyen en la génesis de las empresas culturales en España y en su posterior sostenibilidad y crecimiento. Los resultados de esta investigación proceden del análisis cuantitativo de la información obtenida de 396 empresas relacionadas con la cultura encuestadas en España, de la valoración cualitativa de un panel de 40 expertos seleccionados en los ámbitos académico, profesional-empresarial e institucional español y del análisis de otras fuentes secundarias.

La metodología utilizada viene avalada por los dos sólidos marcos conceptuales utilizados: la teoría institucional y la teoría de los recursos.

Sumario: Prólogo; Introducción; Cap.1. Cultura y creación de empresas; Cap. 2. Análisis cuantitativo de la creación de empresas en el ámbito de la cultura en España; Cap. 3. Análisis cualitativo de la creación de empresas en el ámbito de la cultura en España: la opinión de los expertos; Cap. 4. La creación de empresas en el ámbito de la cultura: principales resultados y conclusiones; Anexos: Anexo I. Metodología; Anexo II. Índice de tablas y figuras; Anexo III. Relación de empresas encuestadas; Anexo IV. Panel de expertos; Anexo V. Referencias bibliográficas.

Las ciudades creativas: por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida

FLORIDA, Richard L.
Barcelona: Paidós, 2009.
368 p. (Paidós empresa;
111)
ISBN: 978-84-493-2204-4

Con este título se presenta la versión en castellano de la obra de gran éxito internacional de Richard Florida *Who's your city*. El autor es uno de los referentes fundamentales en el debate urbano y el papel de la innovación y la creatividad en el desarrollo económico. En la era de la globalización parece una obviedad decir que



no importa dónde vivamos, porque podemos trabajar indistintamente desde un chalet en Aspen, desde una casa en Provenza o desde una oficina en Chicago. Pero según el autor éste es un planteamiento falso. El lugar en el que vivimos afecta a todos y cada uno de los aspectos de nuestra vida: a quién conocemos, los "mercados afectivos" de los que formamos parte y los empleos, redes sociales y carreras profesionales a que tenemos acceso. Las ciudades creativas es el fruto de más de veinte años de investigación y demuestra que el verdadero motor de la economía global es una nueva unidad económica, la megarregión. A la pregunta de cuáles son las decisiones más importantes que hay que tomar en la vida, la mayoría de personas alude a la profesión y a la persona con la que compartirán la vida. Sin embargo, hay otro factor que influye enormemente en nuestra vida y condiciona nuestra vida laboral y personal: el lu-

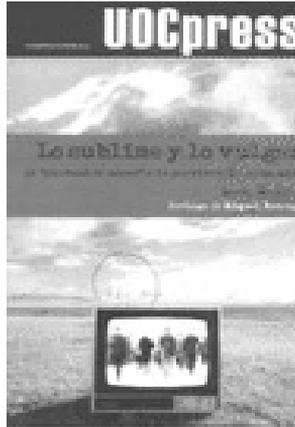
gar donde vivimos. A pesar de la era globalizada en la que vivimos, la ubicación geográfica es mucho más importante de lo que nunca había sido. Las ciudades cada vez se especializan más, se diferencian. En lo que se refiere a su carácter económico y a su mercado laboral. Esto afecta directamente a la calidad de vida que proporcionan y al tipo de gente que vive en ella. Además, vivimos en una sociedad muy móvil, esto quiere decir que la mayoría de personas tiene la capacidad de decidir dónde quiere vivir.

Sumario: 1. La cuestión del dónde; Primera parte. Por qué importa el lugar: 2. Un mundo puntiagudo; 3. El auge de la megarregión; 4. La fuerza de concentración; Segunda parte. La riqueza de la ubicación. 5. Unos se mueven, otros echan raíces; 6. Fuga de cerebros; 7. Cambio de trabajo; 8. Ciudades estrella; Tercera parte. La geografía de la felicidad; 9. Lugares que irradian felicidad; 10. Más allá de la ciudad de Maslow; 11. Las ciudades también tienen personalidad; Cuarta parte. Dónde vivimos ahora: 12. Tres decisiones importantes; 13. Jóvenes e inquietos; 14. Casados con hijos; 15. Cuando los hijos han volado del nido; 16. Ubíquese; Agradecimientos; Apéndices; Notas; Índice analítico.

Lo sublime y lo vulgar: la "cultura de masas" o la pervivencia de un mito

BUSQUET I DURAN, Jordi
Barcelona: Editorial UOC,
2008. 279 p. (UOCpress:
Comunicación 4)
ISBN: 978-84-9788-750-2

Uno de los rasgos más notables del panorama cultural en un mundo globalizado es su carácter cambiante y contradictorio, lo cual contrasta, paradójicamente, con la repetición y permanencia de los discursos relativos a la nueva realidad cultural. El objeto de este libro es analizar críticamente los discursos dominantes sobre la cultura de masas durante el siglo XX con la finalidad de observar sus virtualidades y, muy particularmente, sus carencias y limitaciones. Se trata de desenmascarar el sesgo ideológico de muchos tópicos que



se resisten a desaparecer. Lo sublime y lo vulgar no pretende sustituir la crítica sistemática (y de carácter apocalíptico) por el elogio fácil. En absoluto. El libro se concibe como una crítica a la superficialidad de muchas críticas que se refieren, precisamente, al carácter superficial de la cultura de masas. Solamente a partir de dicha crítica se pueden alcanzar posiciones más lúcidas y com-

pensivas sobre la realidad cultural en la que estamos inmersos y afrontar mejor los retos culturales a los que nos enfrentamos a principios del siglo XXI.

Sumario: Prólogo/Miquel Rodrigo; Introducción. Las tres culturas; 1ª parte. La cultura de masas a juicio: 1. Acusación y defensa de la cultura de masas; 2. Los intelectuales y la cultura de masas; 2ª parte. Los niveles culturales: 3. Las categorías de clasificación cultural; 4. Los niveles de cultura: "masscult", "midcult" y "kitsch"; 5. Nuevas formas de "kitsch": horterías, cursis, "frikis" y fans; 3ª parte. El arte en los tiempos de una nueva mediación social: 6. La industria de la cultura; 7. El arte en la era de la reproductibilidad técnica; 4ª parte. El hombre masa: sujeto pasivo de la modernidad: 8. Las teorías de la sociedad masa; 9. El advenimiento de la sociedad masa; 10. Reflexiones críticas sobre el mito de la "sociedad de masas"; Epílogo; Bibliografía.

Otros documentos y publicaciones de interés:

- **1ª edición del Cercle de comparació intermunicipal d'espais escènics: resultats any 2007**
Diputació de Barcelona, 2009
- **Equipamientos de proximidad. Oferta de servicios de los equipamientos socioculturales rurales en municipios de menos de veinte mil habitantes de la Provincia de Cádiz.**
Santiago Moreno Tello. Diputación de Cádiz, 2008
- **Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo**
Ana Carla Fonseca Reis (coord.). Itaú Cultural, 2008
Texto completo en pdf : http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_es.pdf
- **Espacios y dinámicas interculturales: innovación, participación y proximidad**
Anna Franzil (coord.); Jude Bloomfield ; Eric Corijn; Daniel Innerarity. Fundació CIDOB, 2008
Texto completo en pdf : http://www.cidob.org/es/publicaciones/documentos_cidob/dinamicas_interculturales/num_13_espacios_y_dinamicas_interculturales_innovacion_participacion_y_proximidad
- **Fàbriques per a la creació: laboratoris culturals a les ciutats: Fabra i Coats.** Fabra i Coats, 2009.
Texto completo en pdf: <http://www.dansacat.org/arxius/biblioteca/CronicaJornadaFbriquesCreaci.pdf>
- **Guía para la evaluación de las políticas culturales locales : sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales en el marco de la Agenda 21 de la cultura**
Comisión de Cultura de la FEMP, 2009.

Texto completo en pdf : http://www.femp.es/index.php/femp/areas_de_gesti_n/servicios_locales/educaci_n_depor_tes_cultura_y_juventud/cultura/documentos_de_inter_s/libro_para_descarga_gu_a_femp_para_la_evaluaci_n_de_las_pol_ticas_culturales_locales

- **G+C : revista internacional de gestión y cultura contemporánea**

Más información: <http://www.gestionycultura.com/>

- **Journal of cultural economy**

Más información: <http://www.tandf.co.uk/journals/RJCE>

RESEÑAS DE AUTOR

Más allá del rock

Julián Ruesga/Norberto Cambiasso (editores).
INAEM, Ministerio de Cultura,
2008. 230 p.
ISBN: 978-84-87731-74-7

Este libro, "Más allá del rock", se puede inscribir dentro de la amplia corriente de interés que, desde mitad de los años '90, se ha creado en torno al rock progresivo -motivada en buena medida por el "éxito" de lo que en ese momento se llamó post-rock. Este renovado interés por el rock experimental y progresivo de los '70 ha venido acompañado de la publicación de diferentes monografías y estudios, una importante presencia en Internet a través de webs, foros y blogs, reedición de discos remasterizados, resurrección y giras de grupos desaparecidos y realización de varios documentales para la televisión en diferentes países, el último de ellos "Prog Britannia", emitido por primera vez el dos de enero de 2009 en la BBC4. Todo ello ha contribuido a la revalorización y recuperación de una música que desde la aparición del



punk, en la segunda mitad de los '70, fue denostada por buena parte de la prensa musical arguyendo que era una música intelectualizada y extraña a los valores de espontaneidad, visceralidad y simplicidad del rock. Hasta tal extremo llegó la situación que a comienzos de la década de los '80 casi todos los grupos progresivos del decenio anterior habían desaparecido, transformado su música o sobrevivían en circuitos minoritarios, y una orna-da de nuevos músicos estilizaban su herencia convirtiéndola en nuevos géneros: neo-progresivo, New Age, ambient, etc. Lo que me parece más reseñable de "Más allá del rock"

es que se presenta al rock progresivo no como un estilo formal, ni como un género musical, sino como la actitud creativa de distintas corrientes musicales asociadas a la escena rock internacional, caracterizadas por hacer música desde un enfoque claramente experimental y ecléctico y en conexión con la tradición clásica europea, el jazz, las diferentes culturas musicales locales en las que aparecieron y las vanguardias artísticas del siglo XX. También me parece importante destacar el empeño de algunos de los de los autores en reflejar las transformaciones sociales, culturales y tecnológicas que contextualizaron al rock progresivo y marcaron el desarrollo de su música -algo raro en la escritura musical española. Sobre todo es de reseñar que el libro no se preocupe de buscar una definición cerrada que acote la música de la que se ocupa (algo también muy frecuente) y centre su atención en mostrar los procesos formativos, desarrollos y debates en los que se construyeron estas músicas.

Alejandro Niebla