



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 Echevarría.