

# **BIBLIOGRAFÍA**

LIBRO BLANCO  
DE LA  
CREACIÓN,  
FORMACIÓN Y  
DESARROLLO DE  
PÚBLICOS DE LA  
CULTURA

# BIBLIOGRAFÍA

---

## 1. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Brown, Alan; Ratzkin, Rebecca (2016). *Implica a tu público*. Asimétrica.  
La edición en español de “Making sense of audience engagement” (2011) realiza una revisión crítica de los esfuerzos que las organizaciones culturales y sin ánimo de lucro están realizando en EEUU para implicar a su público en experiencias artísticas más profundas y de mayor impacto.
- Carr, Eugene; Paul, Michelle (2012). *Rompiendo la quinta pared*. Iberoautor promociones culturales.  
Los responsables de Comunicación y Marketing de las entidades culturales deben romper la Quinta Pared, es decir, mantener un contacto regular y de manera creativa con el público fuera de la sala, recordándole en todo momento lo que la institución puede ofrecerle. Incluye capítulos dedicados a temas como el marketing por correo electrónico, las redes sociales, las páginas web y la venta de entradas online, la gestión de relaciones con los clientes (CRM) o las tendencias de marketing online, siempre desde la perspectiva propia de las organizaciones culturales.
- Colbert, Françoise; Cuadrado, Manuel (2010). *Marketing de las artes y la cultura*. Ariel.  
Este libro ha sido escrito principalmente para los responsables de gestión de las organizaciones de naturaleza cultural, con independencia de su tamaño (grande o pequeño), finalidad (lucrativa o no), ámbito (local o internacional) y sector al que pertenecen (industria cultural o contexto de las artes). Se trata de una obra que, además de presentar los fundamentos básicos del marketing, explica cómo éstos se han utilizado tradicionalmente y, lo que es más importante, cómo deben aplicarse en el contexto específico de las artes y la cultura.
- Cuenca, Macarena; Cuenca, Jaime (eds.) (2019). *El desarrollo de audiencias en España. Reflexiones desde la teoría y la práctica*. Universidad de Deusto.  
Transformar la relación con el público y colocarla en el centro de la estrategia y el funcionamiento diario es uno de los principales retos a los que se enfrentan las instituciones y organizaciones culturales. El enfoque del desarrollo de audiencias, que sólo recientemente ha comenzado a abrirse paso en nuestro país, propone algunas formas de hacer y de pensar a la hora de responder a este reto.
- Duarte, Ignasi; Bernat, Roger. Editores (2018). *Querido público. El espectador ante la participación: jugadores, usuarios, prosumers y fans*. Cendeac.  
Quince especialistas, desde un neurocientífico hasta un antropólogo o un historiador, abordan el ámbito del arte como campo de análisis para definir las características del espectador inmerso en la propia obra. Así, *Querido Público* cuestiona y reflexiona sobre el papel del público activo frente al espectador pasivo, y la conversión de los ciudadanos en espectadores y de la vida del espectáculo.

- Urraco, Juan; Maccari, Bruno (2019). *Enlaces compartidos*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y Biblioteca del Congreso de la Nación (BCN).  
*Enlaces compartidos* se presenta como una herramienta que plantea una serie de reflexiones y aproximaciones iberoamericanas en torno a la cuestión de los públicos, las audiencias y las comunidades culturales, y busca contribuir a una profesionalización situada de los diversos agentes del campo cultural a nivel regional.

### Estudios, recursos y artículos

- Asimétrica (2011 – Actualidad). Revista *Conectando Audiencias*.  
<https://www.asimetrica.org/publicaciones>  
La primera revista digital editada en español especializada en gestión cultural, marketing y desarrollo de audiencias. Un proyecto que nació para los profesionales e interesados en conectar sus organizaciones artísticas con la gente y la comunidad. Hoy cuenta con ediciones para España, Italia e Iberoamérica.
- Barbieri, Nicolás (2018). *Es la desigualdad, también en cultura*. Cultura y Ciudadanía (Pensamiento).  
<https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:3419299b-4183-4a2c-9eea-433393379d9e/nicolas-barbieri.pdf>
- Engage Audiences (2017). *Study on Audience Development - How to place audiences at the centre of cultural organisations*.  
[http://engageaudiences.eu/files/2017/04/NC0116644ENN\\_002.pdf](http://engageaudiences.eu/files/2017/04/NC0116644ENN_002.pdf)
- Fundación Carasso (2020). *Arte y escuela*. <https://www.fondationcarasso.org/wp-content/uploads/2020/01/arte-y-escuela-A4-DEF.pdf>
- Kawashima, Nobuko (2000). *Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders: a study into audience development in policy and practice*. The University of Warwick.
- UNESCO (2018). *Re/shaping Cultural Policies*.  
<http://en.unesco.org/creativity/global-report-2018>

## 2. CINE Y ARTES AUDIOVISUALES

- Bergala, Alain (2007). *La hipótesis del cine. Pequeño tratado sobre la transmisión del cine en la escuela y fuera de ella*. Laertes.  
Este es un libro de intervención, un libro que toma partido: por el cine y por la educación, sostenido por una experiencia de más de veinte años. Y un libro, por

último, que no renuncia a ofrecer propuestas concretas para una iniciación a la pedagogía del cine. La hipótesis del cine afirma que "no hay que olvidar que el cine es primero arte, que es también una cultura cada vez más amenazada por la amnesia, y que es finalmente un lenguaje y, como tal, necesita de un aprendizaje".

- Benson-Allott, Caetlin (2013). *Killer Tapes and Shattered Screens: Video Spectatorship From VHS to File Sharing*. University of California Press.

*Killer Tapes and Shattered Screens* examina cómo las distintas plataformas de video que han existido desde los años ochenta (VHS, DVD, Blue-ray, Video On Demand, streaming) han elaborado un nuevo marco de los espectadores. En el libro se analiza, a través de diferentes casos de estudio, cómo las películas en sí mismas entienden y representan esta simbiosis entre plataforma y espectador.

- Comanducci, Carlo (2018). *Spectatorship and Film Theory: The Wayward Spectator*. Palgrave Macmillan.

El libro cuestiona la relación entre las teorías del cine y del espectador con el objetivo de criticar algunas de las premisas asumidas por la teoría de los años 70, sin descartar los asuntos políticos. La teoría, en esta perspectiva, no debe verse como una práctica distinta de la audiencia sino más bien como un aspecto integral de la mirada del espectador.

- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

La cultura de la convergencia cartografía un nuevo territorio en el que los viejos medios y los nuevos se entrecruzan; donde los medios populares chocan con los corporativos; donde el poder del productor mediático y el del consumidor interaccionan de maneras impredecibles.

Henry Jenkins, uno de los analistas mediáticos más respetados de Estados Unidos, escarba en los nuevos medios y nos desvela las importantes transformaciones culturales que se están produciendo a medida que los medios convergen.

- Reinhard, CarrieLynn D. y Olson, Christopher J. (2016). *Making Sense of Cinema. Empirical Studies into Film Spectators and Spectatorship*. Bloomsbury Academic.

*Making Sense of Cinema: Empirical Studies into Film Spectators and Spectatorship* utiliza una serie de aproximaciones (etnográficas, focus groups, entrevistas, históricas, experiencias cualitativas y psicológicas) para considerar cómo el espectador dota de sentido un texto y lo introduce en su vida cotidiana.

- Rosas Mantecón, Ana (2018). *Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. Gedisa.

¿Cómo cambió nuestra manera de ver cine? Esta obra nos muestra, por primera vez en la bibliografía en español, la fecundidad de responder a las preguntas sobre el futuro de este arte o industria relejendo su historia desde la trayectoria de los públicos y las transformaciones de las pantallas. No son sólo mutaciones tecnológicas y culturales, sino también maneras distintas de habitar el espacio urbano y estar con otros. Este libro desarrolla un acercamiento multidimensional

que rebasa el interés académico al iluminar los retos de las políticas culturales en estos escenarios cambiantes.

### Estudios, recursos y artículos

- Schneeberger, Agnes. European Audiovisual Observatory (2019). **Audiovisual media in Europe: insights from the MAVISE database.** <https://rm.coe.int/audiovisual-media-services-in-europe-market-insights/16809816d1>
- Richter, Valeria y Thiele, Lena. TorinoFilmLab (2018). **Audience Design. An Introduction.** <http://www.torinofilmlab.it/library/31-audience-design-2018>
- BFI. **Statistical Yearbooks.** <https://www.bfi.org.uk/education-research/film-industry-statistics-research/statistical-yearbook>
- BFI (2011). **Portrayal vs Betrayal: an investigation of diverse and mainstream UK film audiences.** <https://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/uk-film-council-portrayal-vs-betrayal-case-study.pdf>
- BFI (2011). **Opening our eyes: how film contributes to the culture of the UK.** <https://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-opening-our-eyes-2011-07.pdf>
- Arts and Humanities Research Council (2017-2020). **Beyond the Multiplex. Audiences for Specialised Film in English Regions.** <https://www.beyondthemultiplex.net/>
- V Reia-Baptista, A Burn, M Reid, M Cannon (2014). **Screening Literacy: Reflecting on Models of Film Education in Europe.** Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 354 to 365. [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015\\_UK/RLCS\\_paper1015en.pdf](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015_UK/RLCS_paper1015en.pdf)

### 3. PATRIMONIO, MUSEOS Y ARTES VISUALES

- Bosch, Eulàlia (2013). *Qui educa a qui? Històries breus de curta durada.* Editorial Eumo.  
Estos breves ensayos sobre el mundo de la educación, inspirados en experiencias personales de la autora, nos invitan a continuar, con argumentos propios, un diálogo fructífero con los niños y las niñas con quienes convivimos por parentesco, profesión o elección.
- Cevallos, Alejandro; Macaroff, Anihí. (2015). *Contradecirse una misma. Museos y mediación educativa crítica.* Edilesa.  
El libro presenta traducciones al castellano de textos sobre el trabajo y la investigación educativa en documenta 12, contribuciones adicionales sobre mediación y un glosario. En su contribución, la/os editora/es conectan las prácticas y los desafíos de la mediación educativa y comunitaria en Quito con aquellas que se presentaron en el contexto de documenta.

- Eidelman, Jaqueline; Roustan, Mélanie; Goldstein, Bernardette; Schifino, Martín (2014). *El museo y sus públicos: El visitante tiene la palabra*, Ariel.  
Establecer la curva de concurrencia, conocer y comprender a los visitantes y satisfacer a los usuarios, son tres cuestiones que hablan de los distintos problemas, saberes y sistemas de acciones que, en conjunto, determinan la política de públicos del museo contemporáneo. Este libro se apoya en las ciencias sociales, se interroga sobre los mecanismos proteicos de la cultura, sobre sus lógicas de difusión, los modos de su recepción y la pluralidad de sus usos.
- Falk, John (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.  
Este libro analiza la importancia de conocer la experiencia del visitante en los museos para que éstos puedan afectar a las vidas de las personas. De este modo, el reputado investigador John Falk trata de dibujar un modelo predictivo de la experiencia del visitante a través del cual ayudar a los profesionales de museos a atender mejor las necesidades de sus visitantes.
- Fontdevilla, Oriol (2018). *El arte de la mediación*. Consonni.  
Todo arte está mediado, a la vez que el arte es un agente de mediación. Por lo que trazar una genealogía de la mediación deviene en este libro una suerte de historia del arte. Hablar de mediación implica tantear la cuestión de la autonomía del arte y su capacidad de agencia, la performatividad, la muerte del autor, la génesis del comisario-autor, el supuesto “no arte”, así como el llamado giro educativo e incluso el más reciente giro material.
- Simon, Nina (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.  
¿Cómo pueden las instituciones museísticas favorecer la participación de los visitantes en los museos? *The Participatory Museum* es una guía para trabajar con la comunidad y los visitantes y hacer las instituciones culturales más dinámicas y relevantes.
- Urgell Plaza, Ferrán (2014). *Manual de estudios de públicos de museos*, Trea.  
Pensado para todos aquellos que de un modo u otro trabajan o se preocupan por las instituciones museísticas y coinciden, al menos, en un interés común y central: el público que los visita. Este manual pretende ser una aproximación a esta área de estudio a través de un recorrido sobre sus características, los distintos ámbitos de aplicación y los métodos de implementación.

### **Estudios, recursos y artículos**

- Informes del Laboratorio Permanente de Público de museos.  
<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/publicaciones/informes.html>

#### 4. LIBRO Y BIBLIOTECAS

- Cruces, Francisco (2017). *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Lectura Plus.  
El panorama de la lectura está cambiando. Y lo hace muy rápidamente. Booktubers, profesores de bachillerato, internautas, adolescentes, clubes, bibliotecarios, editores, librerías, escritores, activistas de barrio, blogueros, jubilados, recitadoras amateur, amas de casa... En esta publicación se exponen talleres, análisis de contenido, entrevistas, trabajo de archivo, vídeo y fotografía las vicisitudes de un don que —lejos de la imagen ensimismada de un lector absorto— suele ser compartido.
- Petit, Michèle (2015). *Leer el mundo. Experiencias actuales de transmisión cultural*, Fondo de Cultura Económica.  
¿Para qué sirve leer? ¿Por qué leer hoy? ¿Por qué incitar a los niños a que lo hagan? ¿Cómo transmitir el gusto por la lectura y las prácticas culturales? Reanimar la interioridad, movilizar el pensamiento y suscitar intercambios son algunas de las respuestas que ofrece la autora en los ensayos reunidos en este volumen.

##### **Estudios, recursos y artículos**

- El Laboratorio contemporáneo de fomento de la lectura (LCFL). *El papel de la formación lectora en el contexto de la sociedad digital*.  
<https://fundaciongsr.org/wp-content/uploads/2019/07/Papel-formacion-lectora-sociedad-digital.pdf>

#### 5. ARTES ESCÉNICAS

- Bishop, Claire (2011). *Artificial Hells. Participatory Art and The Politics Of Spectatorship*. Verso Books.  
Desde los años 90, críticos y comisarios de arte aceptaron la noción de arte participativo como el último arte político. Así, animando a la audiencia a tomar parte del hecho cultural, los artistas pueden promover unas nuevas relaciones sociales emancipadoras. *Artificial Hells* es la primera publicación que sintetiza, desde un punto de vista histórico y teórico, el arte participativo conocido en USA como “prácticas sociales”.
- Colomer, Jaume (2013). *La formación y gestión de públicos escénicos en una sociedad tecnológica*. Iberautor promociones culturales.  
Actualmente, los públicos son el principal factor de sostenibilidad del sistema escénico. Este libro propone una nueva manera de contemplar a los espectadores y de relacionarnos con ellos. Propone utilizar las metodologías del marketing relacional y las herramientas que nos ofrece la nueva sociedad digital. Propone

tratar a los públicos como usuarios, pero también como ciudadanos dispuestos a implicarse y colaborar en el desarrollo del proyecto escénico.

- Durán, Ana (2017). *Nuevos públicos. Artes escénicas y escuela. Cuando los jóvenes devienen espectadores*, Leviatán.  
¿Qué espacio tienen las emociones en una primera visita al teatro? ¿Cómo “ven” los ojos de un espectador novato al descubrir la escena, la sala a oscuras? ¿Cuál es el rol de la escuela en esta experiencia única para los más jóvenes, que inauguran su rol de espectadores? *Nuevos públicos, artes escénicas y escuela*, estudia la recepción de las artes escénicas por parte de los jóvenes y su relación con el contexto escolar.

#### **Estudios, recursos y artículos**

- SGAE (2019). *Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*.  
[http://www.anuariosgae.com/anuario2019/RESUMEN\\_EJECUTIVO.pdf](http://www.anuariosgae.com/anuario2019/RESUMEN_EJECUTIVO.pdf)

## **6. MÚSICA**

- Roberts, Tim; Tomlinson, Roger (2011). *Aforo Completo. Cómo convertir los datos en audiencias*, Fundación Autor, SGAE.

#### **Estudios, recursos y artículos**

- Calvi, Juan; Fouce, Héctor (2017). “De la crisis de la industria musical a las audiencias activas. El futuro digital de la música” en *Telos* (nº 106).  
<http://www.revistas culturales.com/xrevistas/PDF/28/1946.pdf>
- Wikström, Patrik. “La industria musical en una era de distribución digital” en *C@mbio OpenMind*. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/04/BBVA-OpenMind-La-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital-Patrik-Wikstrom.pdf.pdf>

## **7. DIGITAL**

- Ostrom, Elinor; Hess, Charlotte (2006). *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. The MIT Press.  
El conocimiento en formato digital nos ofrece un acceso a la información sin precedentes a través de internet pero, al mismo tiempo, está sujeto a las mayores restricciones de las leyes de propiedad intelectual, patentes, licencias, sobrecostes y falta de preservación. Una mirada hacia los bienes comunes, en tanto que recursos compartidos, nos permite analizar las posibilidades del conocimiento sin límites y



discutirlos y entenderlos en la era digital, como conceptualizarlos, protegerlos y construirlos.

- White, Michael (2006). *The Body and the Screen: Theories of Internet Spectatorship*. The MIT Press.  
En *The Body and the Screen*, Michele White sugiere que a los usuarios se los puede entender mejor como espectadores regulados por tecnologías y representaciones, para los que la visión y la mediación de la pantalla son aspectos importantes de compromiso. A partir de los aparatos y de las teorías feministas de cine psicoanalítico, historia del arte, estudios de género, teoría queer, estudios de raza y postcoloniales, y otras teorías de producción cultural, White conceptualiza el público de Internet y de informática y proporciona modelos teóricos que pueden utilizarse en otros análisis.

### **Estudios, recursos y artículos**

- Anuario AC/E de Cultura Digital 2019:  
<https://www.accioncultural.es/media/DefaultFiles/flipbook/AnuarioDigital2019/anuario-2019-PDF.html>