

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36563
Nombre	Comunicación musical
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	4 - Teoría e historia de los medios audiovisuales y nuevos soportes multimedia	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
MENDEZ RUBIO, ANTONIO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

“Comunicación musical” introduce al alumnado en las culturas musicales más importantes de la era contemporánea, prestando especial interés a aquellas manifestaciones musicales que han tenido una mayor repercusión en el sistema audiovisual. El núcleo de la materia lo constituyen los estilos musicales que han abierto un espacio más fecundo de exploración a modo de pacto o negociación entre intereses industriales y necesidades culturales o artísticas. Así pues, el temario deja de lado formas musicales volcadas en su dimensión más puramente comercial, tanto como las más orientadas a la exploración creativa. Entre ambos polos se delimita un amplio y complejo mapa de interrelaciones entre estilos y prácticas musicales de distinto signo que forman una corriente central en la cultura popular contemporánea. Como marco para ese trabajo de reconocimiento y estudio, a nivel fundamental, la asignatura se centra en cuestiones básicas relativas a la relación entre música y medios de comunicación así como a la concepción antropológica y crítica de la música como práctica social. La música, en suma, se estudia aquí no tanto en términos estrictamente musicológicos sino audiovisuales, culturales y comunicativos.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Sin requisitos. Se recomienda al estudiante que desarrolle sus intereses en el campo no meramente mercadotécnico, o comercial, sino sobre todo en las relaciones entre esa dinámica socioeconómica y los cambios culturales que dan lugar a las diversas músicas populares contemporáneas entendidas como manifestaciones comunicativas en sentido amplio.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)



- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.
- Identificar la relevancia social cultural e histórica de las propuestas estéticas de las industrias audiovisuales.
- Llevar a cabo análisis de relatos y obras audiovisuales.
- Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.
- Conocer la interrelación entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Definir temas de investigación o creación personal innovadora.
- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Cultura, música, industria

- 1.1. Música y sociedad
- 1.2. Introducción a la industria musical
- 1.3. Culturas de producción
- 1.4. Comunicación y música popular contemporánea

2. Historia del pop-rock

- 2.1. La Edad de Oro del rock and roll
- 2.2. El pop-rock como fenómeno comunicativo
- 2.3. Negociaciones entre música popular y música masiva
- 2.4. Rock y poder

3. La comunicación musical en la era global

- 3.1. El vídeo musical y la hegemonía pop
- 3.2. Del rock mestizo a las músicas del mundo
- 3.3. Digitalización tecnológica y música electrónica
- 3.4. Hip-Hop como estilo global



VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	15,00	0
Preparación de clases de teoría	12,00	0
TOTAL	112,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

1. Clase magistral: centrada fundamentalmente en la introducción general de la materia y las necesarias acotaciones metodológicas.
2. Tutoría individual y en grupo con la finalidad de realizar consultas.
3. Estudio de los textos complementarios y de la bibliografía por parte del alumnado.
4. Desarrollo de las diferentes fases del trabajo final.

EVALUACIÓN

Planificación, desarrollo y defensa del trabajo final: 60%

Presentación de esquemas, resúmenes y textos propuestos: 30%

Valoración de actitud y participación en la dinámica de la clase: 10%

En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si es necesario, de la sanción que proceda de acuerdo con la legislación vigente.

Los problemas de ortografía, sintaxis y/o expresión escrita puntuarán negativamente pudiendo conllevar el suspenso de la prueba.

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.



REFERENCIAS

Básicas

- Gilbert, J. / Pearson, E.: "Cultura y políticas de la música dance". Barcelona, Paidós, 2003.
- Gillett, Ch.: "Historia del rock (El sonido de la ciudad)". Barcelona, Robinbook, 2008.
- Hormigos, J.: Música y sociedad. Madrid, Fundación Autor, 2008.
- Labrada, J.: El sentido del sonido (La expresión sonora en el medio audiovisual). Barcelona, Alba, 2009.
- Méndez Rubio, A.: Comunicación musical y cultura popular. València, Tirant, 2016.
- Méndez Rubio, A.: La escucha actual. Madrid, Cátedra, 2022.
- Negus, K.: "Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales". Barcelona, Paidós, 2005.
- Noya, J.: Sociología de la música. Madrid, Tecnos, 2017.

Complementarias

- Cruces, F. (ed.): "Las culturas musicales". Madrid, Trotta, 2001.
- Illescas, J.: La dictadura del videoclip. Barcelona, El Viejo Topo, 2015.
- Seabrook, J.: La fábrica de canciones (Cómo se hacen los hits). Barcelona, Reservoir Books, 2016.
- Small, Ch.: "Música, sociedad, educación". Madrid, Alianza Editorial, 2006.
- Stanley, B.: Yeah! Yeah! Yeah! (La historia de pop moderno). Madrid, Turner, 2015.