

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36563
Nom	Comunicació musical
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	4 - Teoria i història dels mitjans audiovisuals i nous suports multimèdia	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
MENDEZ RUBIO, ANTONIO	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

“Comunicació musical” introdueix l'alumnat en les cultures musicals més importants de l'era contemporània, prestant especial interès a aquelles manifestacions musicals que han tingut més repercussió en el sistema audiovisual. El nucli de la matèria el constitueixen els estils musicals que han obert un espai més fecund d'exploració com a pacte o negociació entre interessos industrials i necessitats culturals o artístiques. Així, doncs, el temari deixa de banda formes musicals bolcades en la seva dimensió més purament comercial, tant com les més orientades a l'exploració creativa. Entre tots dos pols es delimita un ampli i complex mapa d'interrelacions entre estils i pràctiques musicals de signe diferent que formen un corrent central en la cultura popular contemporània. Com a marc per a aquest treball de reconeixement i estudi, a nivell fonamental, l'assignatura se centra en qüestions bàsiques relatives a la relació entre música i mitjans de comunicació així com a la concepció antropològica i crítica de la música com a pràctica social. La música s'estudia aquí no tant en termes estrictament musicològics sinó



audiovisuals, culturals i comunicatius.

CONEXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Sense requisits. Es recomana a l'estudiant que desenvolupi els seus interessos al camp no merament mercadotècnic, o comercial, sinó sobretot en les relacions entre aquesta dinàmica socioeconòmica i els canvis culturals que donen lloc a les diverses músiques populars contemporànies enteses com a manifestacions comunicatives en sentit ampli.

COMPETÈNCIES (RD 1393/2007) // RESULTATS DE L'APRENTATGE (RD 822/2021)

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants hagen demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé descansa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestedat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.
- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per a analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.



RESULTATS D'APRENTATGE (RD 1393/2007) // SENSE CONTINGUT (RD 822/2021)

- Conèixer els codis i els modes de representació propis de la comunicació audiovisual.
- Identificar la rellevància social cultural i històrica de les propostes estètiques de les indústries audiovisuals.
- Dur a terme anàlisis de relats i obres audiovisuals.
- Identificar les estructures organitzatives al camp de la comunicació visual i sonora.
- Conèixer la interrelació entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, suports i receptors.
- Definir temes de recerca o de creació personal innovadora.
- Desenvolupar un treball creatiu o de recerca.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Cultura, música, indústria

1. Cultura, música, indústria
 - 1.1. Música i societat
 - 1.2. Introducció a la indústria musical
 - 1.3. Cultures de producció
 - 1.4. Comunicació i música popular contemporània

2. Història del pop-rock

2. Història del pop-rock
 - 2.1. L'Edat d'Or del rock and roll
 - 2.2. El pop-rock com a fenomen comunicatiu
 - 2.3. Negociacions entre música popular i música massiva
 - 2.4. Rock i poder

3. La comunicació musical a l'era global

- 3.1. El vídeo musical i l'hegemonia pop
- 3.2. Del rock mestís a les músiques del món
- 3.3. Digitalització tecnològica i música electrònica
- 3.4. Hip-Hop com a estil global



VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	45,00	100
Estudi i treball autònom	30,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	15,00	0
Preparació de classes de teoria	12,00	0
TOTAL	112,00	

METODOLOGIA DOCENT

1. Classe magistral: centrada fonamentalment en la introducció general de la matèria i les necessàries acotacions metodològiques.
2. Tutoria individual i en grup amb la finalitat de fer consultes.
3. Estudi dels textos complementaris i de la bibliografia per part de l'alumnat.
4. Desenvolupament de les diferents fases del treball final.

La metodologia docent s'implementa amb els objectius per l'agenda 2030 amb l'ODS:

ODS 5 - Aconseguir la igualtat entre els gèneres i empoderar totes les dones i nenes. Aquest objectiu es treballarà mitjançant l'anàlisi crítica del discurs i de les pràctiques audiovisuals relacionades amb la temàtica d'estudi.

AVALUACIÓ

Planificació, desenvolupament i defensa del treball final: 60%

Presentació d'esquemes, resums i texts proposats: 30%

Valoració d'actitud i participació a la dinàmica de la classe: 10%

En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

Els problemes d'ortografia, sintaxi i/o expressió escrita puntuaran negativament, podent comportar el suspens de la prova.



L'honestat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'alumnat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faci ús de col·laboració fraudulenta o la compisició amb ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres).

El sistema general de qualificacions seguirà la normativa de la Universitat de València aprovada pel Consell de Govern del dia 30 de maig de 2017. ACGUV 108/2017.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.

Complementàries

- Cruces, F. (ed.): "Las culturas musicales". Madrid, Trotta, 2001.
- Illescas, J.: La dictadura del vídeoclip. 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.