



Proyecto docente de la asignatura Música y Cultura en la Sociedad Contemporánea

<b>Asignatura</b>	Música y Cultura en la Sociedad Contemporánea		
<b>Materia</b>	Artes y Humanidades		
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	Máster en Música Hispana		
<b>Plan</b>	362	<b>Código</b>	50112
<b>Periodo de impartición</b>	Primer semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Obligatoria
<b>Nivel/Ciclo</b>	Posgrado. Máster Universitario	<b>Curso</b>	
<b>Créditos ECTS</b>	6 ECTS		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Castellano		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Victoria Cavia/Carlos Villar Taboada		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:cavia@fyl.uva.es">cavia@fyl.uva.es</a> , <a href="mailto:taboada@fvl.uva.es">taboada@fvl.uva.es</a>		
<b>Horario de tutorías</b>	www.musicologiahispana.com		
<b>Departamento</b>	Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal. Sección Departamental de Historia y Ciencias de la Música		

**Horario de las clases:**

- Días
- Lugar

**Evaluaciones**

- 1ª convocatoria:
- 2º Convocatoria:



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

Esta asignatura se divide en dos módulos independientes pero estrechamente vinculados al abordar el mismo objeto cultural desde dos perspectivas diferentes

**Módulo 1: “La música como bien cultural: Industria musical y Artes escénicas ” 3 créditos**

**Módulo 2: “Imágenes de la composición contemporánea” 3 créditos**

### Módulo 1: “La música como bien cultural: Industria musical y Artes escénicas ” 3 créditos

#### 1.1 Contextualización

1. “**La música como bien cultural: Industria musical y Artes escénicas** ” centra su atención en la música como cultura desde la doble dimensión del negocio musical y de las artes de la representación. Dentro de la industria musical se perfila su dimensión tecnológica en la sociedad red, y las implicaciones legales y sociales de los nuevos hábitos de consumo y producción en el contexto de una estructura que incluye a las tres sub-industrias interrelacionadas: la edición, la grabación y la música en directo. Un panorama caracterizado por la disminución progresiva del coste de la producción; un aumento llamativo de su consumo desde nuevas prácticas y espacios; y un crecimiento exponencial en el número de músicos que intentan desarrollar sus carreras a través de la autogestión que permite Internet. Dentro de las artes escénicas se atiende a los géneros de la danza, el teatro y la música desde la perspectiva estética y como sector cultural, principalmente en el panorama español.

El contenido está diseñado para aportar a los estudiantes los fundamentos y las últimas problemáticas que se plantean en el sector.

El objetivo es familiarizarse con los agentes que intervienen en la música y las artes escénicas como bienes culturales: dibujar los marcos teóricos referenciales y entender la historia de este proceso, sus fundamentos y perspectivas de futuro.

2. “**Imágenes de la composición contemporánea**” se ocupa de los diálogos que se registran desde la creación musical contemporánea “académica” hacia diversos ámbitos culturales. Se atiende así a los sincretismos, de variada orientación, que exhiben algunas figuras internacionales procedentes del antiguo bloque del Este europeo, condicionado durante décadas por el comunismo de la URSS, o del aparentemente distante Extremo Oriente: se examinan así las implicaciones culturales de Takemitsu o Tan Dun, que sintetizan lenguajes híbridos con elementos occidentales y orientales, o bien las de Ustvolskaya, Schnittke, Pärt o Gubaidulina, con actitudes comprometidas ante la historia musical y el fenómeno religioso actual. Además, se aplica una perspectiva necesariamente selectiva para una presentación de las panorámicas creativas los países más representativos de Europa (Reino Unido, Francia, Italia y Alemania) y de España. Por último, se propone un acercamiento interdisciplinar al retrato del compositor en artes afines, concretamente el cine y la literatura del siglo XX.

El contenido está diseñado para proporcionar a los estudiantes un conocimiento general acerca de la creación musical actual desde una perspectiva que valora los diálogos entre tradiciones culturales e históricas distintas, así como la interdisciplinariedad artística.

3.- La obligatoriedad de la asignatura aconseja su colocación en el primer semestre del año. Para facilitar el aprendizaje significativo, y dada su colocación inicial en el primer semestre del curso, no se reconoce prelación con otras asignaturas, aunque sí su complementariedad con materias relacionadas la etnomusicología y la metodología de la investigación

#### 1.2 Relación con otras materias

Se relaciona con algunas de las asignaturas del Grado, como “Música y Sociedad”, “Música, Artes Escénicas e Interculturalidad”, “Historia de la Danza”, “Etnomusicología” y “Música Popular Urbana”. En general con todas aquellas materias que aborden la música como producto cultural, la intervención de la música junto a la imagen y el movimiento, su comunicación y consumo.

#### 1.3 Prerrequisitos



No se contempla ningún requisito previo para matricularse de esta asignatura

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- Adquirir los conocimientos teóricos básicos de comprensión de la música como bien cultural en el contexto de las industrias creativas
- Desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y adecuación de conocimientos musicológicos hacia los nuevos caminos que abre el producto musical.
- Aportar al alumno una visión general de la estructura actual del negocio de la música y de las artes escénicas
- Desarrollar la capacidad de trabajo cooperativo.
- Emplear métodos actualizados de otras disciplinas sociológicas como herramientas auxiliares

### 2.2 Específicas

- Desarrollar herramientas teóricas y metodológicas para la comprensión del producto musical dentro de la industria cultural
- Entender el concepto de “industria cultural” en su multiforme pluralidad, considerando sus distintas acepciones y sus diversas definiciones teóricas
- Aprender a explorar los fundamentos de la industria musical y las artes escénicas y sus implicaciones en el contexto digital
- Reconocer el modelo de negocio tradicional y el nuevo modelo tras la irrupción de internet
- Analizar y categorizar las herramientas del marketing digital en música
- Comprender las principales implicaciones de producción y consumo asociadas a la práctica musical y escénica en la actualidad
- Conocer como están afectando las nuevas tecnologías a la música en vivo, edición, grabación, reproducción y consumo
- Emitir opiniones razonadas acerca de su propia experiencia como consumidor de productos musicales y escénicos

### 2.3. Objetivos

- Emplear adecuadamente la terminología técnica, estética, sociológica y antropológica propia de las relaciones entre música y cultura
- Conocer que hace la industria, el cómo y por qué desde la posición del observador académico y consumidor
- Adquirir herramientas y metodología de la comunicación del productos musical y teatral.
- Capacidad para valorar la situación del producto musical o hecho escénicos desde el triple marco de los fundamentos, la situación actual y el futuro con la tecnología digital, redes y comunicación *on line*
- Desarrollar argumentos sobre la gestión musical, reglas que afectan a la propiedad intelectual y a su distribución, descarga legal o ilegal, consumo en línea y etc.

## 4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	20	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas	30	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Laboratorios			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios			
Otras actividades			
<b>Total presencial</b>	<b>60</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>90</b>



## 5. Bloque temático

Carga de trabajo en créditos ECTS: 

6
---

### a. Contextualización y justificación

Bloque temático elaborado para guiar al alumno hacia un estado de suficiencia comprensiva de la música y el hecho escénico como producto que participa dentro del entramado creativo, social y de negocio. Todo ello conforma las claves para el conocimiento y la gestión de la industria musical y artes escénicas vista como la intersección del arte y la economía, y construida alrededor de la innovación creativa, tecnológica y empresarial. Actualmente estamos sumergidos en un cambio de paradigma que va desde la configuración física al formato digital y que cuestiona el propio hecho performativo

### b. Objetivos de aprendizaje

- Entender la industria de la música y las artes escénicas como un fenómeno cultural y comercial
- Explorar el ecosistema de los elementos que intervienen en la gestión del producto musical y hecho escénico para facilitar, bibliografía, fuentes, marcos conceptuales, teóricos que permitan investigación académica
- Conocer la industria musical y artes escénicas: el cómo y por qué desde la posición del observador académico y consumidor
- Clarificación de las múltiples perspectivas, los ámbitos y la organización de los elementos implicados en la creación, producción, edición, comunicación y consumo del producto musical

### c. Contenidos

#### Módulo 1: "La música como bien cultural: Industria musical y Artes escénicas"

- Música y Artes escénicas: Gestión cultural
- La música como industria cultural: Historia y fundamentos teóricos
- Estructura del negocio musical: edición, grabación, reproducción, directo
- Las artes escénicas: estudios de caso, ferias, instituciones gubernamentales y privadas

#### Módulo 2: "Imágenes de la composición contemporánea":

- Sincretismos finiseculares: voces del Este y del Extremo Oriente
- Panorámica actual europea
- Panorámica actual española
- El compositor en el cine y en la literatura

### d. Métodos docentes

#### 1.- Actividades presenciales

- Lección magistral: clases en las que se expondrán los principales conceptos y se aportará información de carácter general
- Prácticas presenciales
  - Seminarios de lectura y debate de textos teóricos
  - Talleres y Jornadas participaciónn
  - Tutorías individuales y colectivas
  - Redacción de ensayos/trabajo sobre temas tratados
  - Presentación de los resultados del trabajo (oral y escrita)

#### 2. Actividades no presenciales

- Lectura de la bibliografía y otros materiales.
- Visionado de ejemplos audiovisuales
- Trabajo de análisis tema asignado

### e. Plan de trabajo

La lección magistral se complementa con el comentario crítico de textos y material audiovisual, así como con los seminarios, talleres destinados al debate colectivo. Todo ello implica el trabajo personal del alumno sobre los diversos materiales referenciados o facilitados por el profesor: textos, vídeos y audiciones



### f. Evaluación

---

Primera convocatoria

1. Participación activa en los ejercicios cooperativos y seminarios : 25%
2. Realización del trabajo de análisis con la aplicación para su presentación de las herramientas informáticas y procedimientos adquiridos en talleres, seminarios o jornadas 75%

Segunda convocatoria: se establecerá el procedimiento necesario

### g. Bibliografía básica

---

- Clayton, Martin et al, eds. 2003. *The Cultural Study of Music*. Routledge
- Colombo, Alba y Daniel Roselló Cerezuela, eds. 2008. *Gestión Cultural. Estudios de Caso*. Ariel Patrimonio
- Tschmuck, Peter. 2006. *Creativity and Innovation in the Music Industry*, Springer,
- Wikström, Patrik. *The Music Industry: Music in the Cloud*
- Williams, Raymond. 1981. *Sociología de la Cultura*. Paidós.
  
- Auner, Joseph. 2013. *Western Music in Context: Music in the Twentieth and Twenty-First Centuries*. New York: W. W. Norton.
- Gottschalk, Jennie. 2005. *Experimental Music since 1970*. New York – London: Bloomsbury.
- Rutherford-Johnson. 2017. *Music After the Fall. Modern Composition and Culture since 1989*.
- Taruskin, Richard. 2005. *Music in the Late Twentieth Century*. Oxford: OUP.

### h. Bibliografía complementaria

---

- De Nora, Tía, *After Adorno: Rethinking Music Sociology*.
- Du Gay, Paul (et al.). *Doing Cultural Studies: the Story of the Sony Walkman*, (Culture, Media & Identities, Vol. 1) (Culture, Media and Identities series) [1997], 2013.
- Fritz, Simon. "Towards an aesthetic of popular music" , en Richard Leeper y Susan McClary (ed.), *The politics of composition, performance, and reception*. Cambridge University Press (pp. 132-172)
- Hesmondhalgh, David. 2007. *The Cultural Industries*. 2nd edn. London: SAGE.
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Longhurst, Brian. 2007. *Popular Music and Society*. 2nd edn. Cambridge: Polity.
- Matterlart, Armand y Erik Neveu. 2004. *Introducción a los estudios culturales*
- Shuker, Roy. 2008. *Understanding Popular Music Culture*. 3rd edn. London: Routledge.
- Stewart; Simon. *A Sociology of Culture, Taste and Value*.
- Szurmuk, Monika y Robert Mickee Irgwin. *Diccionario de los Estudios Culturales Latinoamericanos*.

### i. Recursos necesarios

---

Aula equipada con recursos audiovisuales y multimedia, bibliografía, registros sonoros y fondos videográficos