Universidad de Navarra

Gestión de talento artístico
Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Datos básicos:

- **Titulación**: Grado de Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia**: Módulo VI. Formación Complementaria. Materia 1. Optativas
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 3º y 4º
- **Carácter**: Optativa de los programas Screen Studies y Producción de Artes Escénicas
- **Profesorado**:
  - Isabel Villanueva: docente.
  - Pablo Echart: Responsable de la asignatura
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Aula 12 FCom. 9 viernes de 15.30 a 18.30 h. durante 9 semanas a partir del 15 de enero.

Breve descripción:

Gestión de talento artístico es una asignatura teórico-práctica centrada en la gestión del talento musical e interpretativo, así como su desarrollo en los distintos mercados culturales. Tiene un carácter eminentemente profesionalizador y un enfoque internacional.

En ella se estudiarán la teoría y la práctica de las organizaciones musicales al servicio de las personas. Asimismo se tratarán de una forma panorámica los agentes y sectores que entran en juego en la gestión de proyectos, instituciones y artistas musicales, tales como las lógicas de la distribución musical; la gestión de la música en vivo; la música grabada; la gestión de las redes sociales como medio de difusión, de comunicación y de interacción; el comportamiento del negocio musical; el tipo de formaciones musicales y sus especificidades en relación a sus mercados y su gestión; la transformación de la producción creativa: consecuencias y aplicaciones para su distribución. Se abordará la evolución de las tendencias en la música.

Desde el punto de vista específico de los artistas, en la era digital, los músicos deben ser innovadores en la forma de promover, distribuir y monetizar sus obras. Aunque el talento sigue siendo un aspecto crítico que determinará la capacidad del artista para tener éxito, la construcción de una carrera sostenible requiere ahora un amplio conjunto de habilidades y conocimientos que incluyen una comprensión aguda de cómo funcionan los negocios desde un pensamiento creativo.

Para ofrecer soluciones constructivas a los artistas emergentes, trataremos de comprender hasta qué punto los artistas pueden ser empresarios que desarrollan su empresa en un mercado altamente competitivo y complejo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

CONOCIMIENTOS

- RAO1. Conocer los elementos específicos de diversas áreas de interés profesional.

HABILIDADES

- RAO10. Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

- RAO13. Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases de la elaboración de contenidos audiovisuales.

CAPACIDADES

- RAO15. Poseer habilidades para estar en condiciones de desarrollar proyectos empresariales de emprendimiento.

PROGRAMA

Temas generales que se tratarán en la materia:

EL ARTISTA

- El artista y su imagen
- El manager personal y su oficina de Management

LA EDICIÓN MUSICAL

- El autor-compositor
- La editorial
- Las entidades de gestión

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS CONECTADAS CON LA MÚSICA

- Audiovisual
  - Cine, series, TV
  - Publicidad
- Gaming
- IA y la creación musical
- VR & AR

LA MÚSICA GRABADA

- La grabación y el productor
- La discográfica
- La distribución física y digital
- Las plataformas de streaming

LA MÚSICA EN DIRECTO

- El agente
- El promotor
- El festival
- La sala de conciertos
- Las administraciones públicas
- Las industrias de servicio conexas

EL ARTISTA COMO START UP

- Modelos de negocio
- Estrategias y Proyección económica
- Financiación y captación de recursos: viabilidad económica de los proyectos.
- Cuenta de resultados de un proyecto
- Internet como plataforma para nuestro negocio
- Gestión de audiencias / Bases de datos: configuración, segmentación, gestión y optimización & Data Analytics: herramientas de análisis en el entorno digital
- Estructuras y figuras jurídicas + Constitución de una empresa
- Leadership y gestión de equipos + Design Thinking
- Internacionalización & Ferias profesionales

Temario específico de las clases:

El temario se divide en tres bloques temáticos:

1) Principios y funciones del management musical

2) Fases y agentes en la gestión del talento

3) Proyecto de innovación musical.

Estos tres bloques temáticos se desarrollan dentro y fuera del aula mediante una serie de metodologías de aprendizaje diversas y adaptadas al tipo de contenido que se esté desarrollando.

El programa de la asignatura incluirá los siguientes puntos de interés:

1) Principios y funciones del management musical:

- Management y managers: funciones tradicionales y cambio de paradigma
- Cualidades del manager: de la gestión empresarial a la creatividad indirecta
- Distribución de los equipos de gestión: booking, terceros agentes, promoción y medios
- Booking nacional e internacional: modelos de actividad interpretativa
- Promoción artística: márquetin, gestión de medios y derechos de imagen

2) Fases y agentes en la gestión del talento

- Captación del talento: las tres características del intérprete musical
- Gestión del ego: modelos de relación y negociación con los artistas
- Dimensión empresarial del talento: fuentes de financiación, ciclos de la inversión

3) Proyecto de innovación musical

- Los alumnos llevarán a cabo un caso real de emprendimiento artístico en el que tengan que desarrollar todas las fases y procesos del management de un proyecto de innovación musical emergente.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases presenciales: incluyen exposiciones teóricas, realización de prácticas y seminarios.
- Trabajos dirigidos: el alumnado desarrollará un proyecto de management.
- Tutorías: labores de coaching.
- Estudio personal
- Pruebas de evaluación: incluye la defensa de un proyecto y la asistencia y participación en clase (véase epígrafe "Evaluación").

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

1. Defensa final escrita y oral de un proyecto completo de management: 80% de la nota
2. Actitud, participación, entregas prácticas y asistencia a las clases: 20% de la nota

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Realización de un proyecto de managament artístico.

OBSERVACIONES IMPORTANTES

- Los estudiantes con necesidades educativas especiales deberán ponerse previamente con la Coordinación de Estudios de la Facultad de Comunicación para

obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones, en especial la de disponer de más tiempo en la realización del test. Dicha autorización deberá ser enviada por el estudiante al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre.
- Se recuerda que cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía orientativa

- Allen, P. (2018). Artist management for the music business. Routledge. Localízalo en la Biblioteca electrónico
- Borg, B. (2003). The musician's handbook: A practical guide to understanding the music business (p. 288). Billboard Books.
- Byrnes, W. J. (2014). Management and the Arts. Routledge. Localízalo en la Biblioteca electrónico
- Fillis, I. (2002). Creative marketing and the art organisation: what can the artist offer?. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 7(2), 131-145 Localízalo en la Biblioteca
- Herremans Dorien, Martens David, Sörensen Kenneth, “Dance Hit Song Prediction,” *Journal of New Music Research* 43, no. 3 (July 2014). https://www.researchgate.net/publication/265647077_Dance_Hit_Song_Prediction. Localízalo en la Biblioteca
- Kahn Barbara E., Ratner Rebecca K., Kahneman Daniel, “Patterns of Hedonic Consumption over Time,” *Marketing Letters* 8, no. 1, (January 1997).Localízalo en la Biblioteca
- Koutsomichalis Marinos, “From Music to Big Music: Listening in the Age of Big Data, ” *Leonardo Music Journal*, vol. 26 (2016). Localízalo en la Biblioteca
- Menger, P. M. (2006). Artistic labor markets: Contingent work, excess supply and occupational risk management. Handbook of the Economics of Art and Culture, 1, 765-811 Localízalo en la Biblioteca electrónico
- Paris, A. (2011). Making Your Mark in Music: Stage Performance Secrets: Behind the Scenes of Artistic Development. Hal Leonard Corporation.
- Schindler Alexandre, Rauber Andreas. “Capturing the Temporal Domain in Echonest Features for Improved Classification Effectiveness.” Paper presented at the International Workshop on Adaptive Multimedia Retrieval, Austria, 2014. https://www.researchgate.net/publication/266171053_Capturing_the_Temporal_Domain_in_Echonest_Features_for_Improved_Classifica https://www.ifs.tuwien.ac.at/~schindler/pubs/AMR2012.pdf
- Schroeder, J. E. (2005). The artist and the brand. *European Journal of Marketing*, *39* (11/12), 1291-1305.Localízalo en la Biblioteca
- Whitman Brian, Smaragdis Paris, “Combining Musical and Cultural Features for Intelligent Style Detection.” Paper presented at ISMIR 2002, 3rd International Conference on Music Information Retrieval, Paris, France, October 13-17, 2002 https://www.researchgate.net/publication/220723467_Combining_Musical_and_Cultural_Features_for_Intelligent_Style_Detection. https://www.mit.edu/~paris/pubs/smaragdis-ismir02.pdf
- Yang Yi-Hsuan, Chen Homer, “Machine Recognition of Music Emotion: A Review,” ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology 3, no. 3, (May 2012) https://www.researchgate.net/publication/254004106_Machine_Recognition_of_Music_Emotion_A_Review.https://people.ict.usc.edu/~gratch/CSCI534/Readings/Yang-Music-Emotion-Review.pdf

GUÍAS PROFESIONALES

• VVAA (2000) Guide des Métiers de la Musique. Francia: CENAM

• VVAA. (1997) PROFESSION ARTISTE: Guide du musicien et de l'intermittent du espectacle. Francia: IRMA. Disponible en: http://www.irma.asso.fr/

• VVAA. (1997) PROFESSION EDITEUR: Guide de l'editionmusicale. Francia: IRMA. Disponible en: http://www.irma.asso.fr/

• VVAA. (1997) PROFESSION MANAGER: Guide du manager en carriereartístique. Francia: IRMA. Disponible en: http://www.irma.asso.fr/

• VVAA. (1997) PROFESSION ORGANISATEUR: Guide de l'organisateur de concerts. Francia: IRMA. Disponible en: http://www.irma.asso.fr/

OTROS / CULTURA

• COÒPOLIS / Ateneu Cooperatiu de Barcelona: Cultura cooperativa a Barcelona. Guia pràctica per al cooperativisme cultural. Ajuntament de Barcelona i Institut de Cooperatives de Treball de Catalunya (Barcelona, 2018)

• CASTRO, Mauro (La Hidra Cooperativa) i RODRIGO, Javier (Artibarri): Gestió Comunitària de la Cultura a Barcelona. Valors, reptes i propostes. Ajuntament de Barcelona i Institut de Cultura de Barcelona (Barcelona, 2018).

• EQUIP DIMMONS DE LA UOC: Innovacions culturals i econòmiques transformadores a la ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona i Institut de Cultura de Barcelona (Barcelona, 2018).

ASPECTOS LEGALES

• COLL, J. (2007) MANUAL DE SUPERVIVENCIA: Negociación de contratos discográficos, editoriales, Management, cesión de derechos de imagen y autoedición. Madrid: Fundación Autor. Localízalo en la Biblioteca

• SUSAETA, P. i TRINIDAD, P. (2005) El negocio de la música. Guía práctica sobre el entorno profesional y legal del músico. Madrid: Fundación Autor

• VVAA. (2017) Guía Legal y Financiera de la Música en España. España: Fundación SGAE

• HARRISON, A. (2005) Music: The Business. The Essential Guide to Law and the Deals. Londres: Virgin Publishing Ltd

• DECRETO 112/2010. REGLAMENT D'ESPECTACLES PÚBLICS I ACTIVITATS RECREATIVES. Generalitat de Catalunya. 31 d'agost del 2010. [Online] Disponible en: http://www.diba.cat/documents/540797/828359 /reglament_espectacles_publics_activitats_recreatives.pdf

COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING

• Cuadrado, M.; Colbert, F. (2010) MARKETING DE LAS ARTES Y LA CULTURA. Barcelona: Ariel.Localízalo en la Biblioteca

• VVAA (2012) Marketing Básico Para Músicos. EEUU: CD Baby. [Online] Disponible en: https://es.members.cdbaby.com/musician-guides.aspx

• SELLAS, J.; COLOMER, J. (2009), Màrqueting de les arts escèniques. Creació i desenvolupament de públics. Sant Celoni: Quaderns Gescènic

ANUARIOS ECONÓMICOS

• (2019) Anuari de la Música 2019. ARC i EDR: Catalunya (edicions anuals). [Online] Disponible en: http://www.iquiosc.cat/anuari-de-la-musica/

• (2018) Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2018. Madrid: Fundación SGAE. [Online] Disponible en: http://www.anuariossgae.com/home.html

• (2019) VIII Anuario de la Música en Vivo. Asociación de Promotores Musicales: España. [Online] Disponible en: http://www.apmusicales.com/especial-x-anuario-de-la-musica-en-vivo/

• (2013) Libro Blanco de la música en España 2013. Espanya: PROMUSICAE. [Online] Disponible en: http://www.promusicae.es/libroblanco/2013/es/libro_blanco.pdf

WEBS DE INTERÉS

• https://lefsetz.com/wordpress/

• www.industriamusical.es

• https://promocionmusical.es/

• Acadèmia Catalana de la Música: http://www.academiamusica.cat

• Associació Professional de Representants, Mànagers i Promotors de Catalunya (ARC): http://www.arcatalunya.cat

• Asociación de Promotores Musicales (APM): http://www.apmusicales.com

• Asociación de Representantes Técnicos del Espectáculo (ARTE): http://www.arte-asoc.es

• Associació de Sales de Concerts de Catalunya (ASACC): http://www.infoconcerts.cat/ca/asacc

• Fundació SGAE: http://www.fundacionsgae.org

• Mercat de la Música Viva de Vic: http://www.mmvv.cat (Impacte Econòmic en el sector (anual))

• Por una ley de la música: http://www.porunaleydelamusica.org

PELÍCULAS

• The Comittments

• The Social Dilemma . Larissa Rhodes “productora”, Jeff Orlowski “director” (2020). Estados Unidos. Exposure Labs, Argent Pictures & The Space Program.

• Fyre: The Greatest Party That Never Happened. 2019. Dir. Chris Smith. Disponible en Netflix.

• Lo que esconde SilverLake. “Under the Silver Lake” / EE.UU, 2018 / Dirección: David Robert Mitchell http://www.cinemamalda.com/lo-esconde-silver-lake/ (escena con "el compositor" al minuto 100 aprox.)

• Love & Mercy https://g.co/kgs/MF929c (Película sobre los Beach Boys)

• Jersey Boys. 2014. Dir. Clint Eastwood.

• Corazón rebelde. 1996. Dir. Allison Anders

HORARIOS DE ATENCIÓN

La gestión de la atención de los alumnos por parte de la profesora Isabel Villanueva (ivillanu2@external.unav.es) se canalizará a través del correo electrónico.

El profesor Pablo Echart estará disponible para los alumnos los miércoles de 15.30 a 17 h., en el despacho 2590 de la Biblioteca de Humanidades.