

## 6. La música al servicio del consumismo

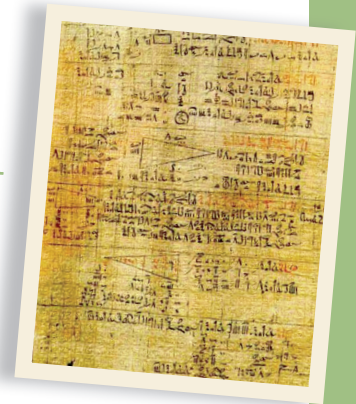
### Música y publicidad

#### BLOQUE 1 CONTEXTOS CULTURALES Y MUSICALES. ESCUCHA

##### 1. ANTECEDENTES PUBLICITARIOS

1. Lee las siguientes frases e indica cuáles son verdaderas (V) o falsas (F).

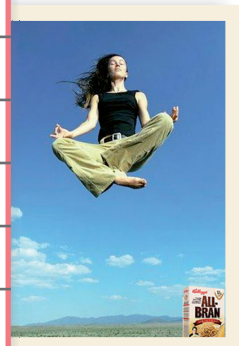
- (V)** El primer anuncio conocido data del 3000 a.C. y fue encontrado en las ruinas de la ciudad de Tebas, capital del antiguo Egipto.
- (V)** El primer cartel encontrado trata de una recompensa para quien logre capturar a un esclavo fugado.
- (F)** En la Edad Media se desarrolló la imprenta, dando lugar a una gran difusión de la publicidad.
- (V)** En la Edad Media los productos los anunciaba un pregonero de viva voz.
- (V)** La publicidad impresa no se desarrolló, en realidad, hasta el siglo XVI con la aparición de la imprenta, que permitió la elaboración de un mensaje repetidamente.
- (F)** En el siglo XVI se profesionaliza la actividad publicitaria, naciendo la primera agencia de publicidad.
- (V)** Con la Revolución Industrial del siglo XVIII surge la necesidad de dar a conocer los productos fabricados a gran escala.
- (V)** Los almanaques están considerados como los primeros periódicos impresos que permitieron la divulgación de las primeras formas de publicidad.
- (V)** La primera agencia de publicidad surgió en Francia, en el año 1845, llamada *Société Générale des Annonces* y destinada a prestar servicios a los anunciantes.
- (V)** A finales del siglo XIX, en EEUU, algunos envases empiezan a llevar impresa la marca.
- (F)** La radio surgió en el año 1720, dando un gran auge a la publicidad.
- (F)** Las primeras emisiones de televisión, en 1972, combinaban el uso de medios sonoros y visuales.



## 2. POSIBLES MOTIVACIONES DE UN CONSUMIDOR

2. Ya sabes que existen en todos los anuncios un orden de prioridades dentro de las motivaciones que impulsan a un consumidor a adquirir un determinado producto. Escribe dos ejemplos de productos o marcas del mercado que te resulten necesarios o atractivos.
  - a. Productos que satisfagan tus necesidades fisiológicas. **RESPUESTA LIBRE:** *productos de alimentación, bebidas, productos que respeten el medio ambiente, productos que cuidan nuestra salud, la higiene...*
  - b. Productos que te ofrezcan seguridad. **RESPUESTA LIBRE:** *Seguridad física: alarmas, neumáticos, frenos... Seguridad a largo plazo: vivienda, ahorros, fondos de jubilación, seguros...*
  - c. Productos que contribuyan a crear una atmósfera de prestigio. **RESPUESTA LIBRE:** *Productos con altos precios y artículos de lujo: coches (Jaguar, Ferrari...), ropa y perfumes (Chanel, Armani, Prada...).*
  - d. Productos que reafirmen la satisfacción de sí mismo. **RESPUESTA LIBRE:** *Productos destinados al ocio (hoteles, destinos...), a la aventura (mochilas, accesorios de acampadas...), deportes (bicicleta, ropa deportiva...), música (instrumentos, micrófono, teclados...)*
  - e. Productos que denoten un dominio de ti mismo y tu contexto. **RESPUESTA LIBRE:** *Productos relacionados con la personalidad de cada individuo, como por ejemplo, en la forma de vestir, productos funcionales como un coche familiar y con espacio para los que tienen hijos...*
3. Sitúa cada uno de estos productos en la motivación que crees que satisface en el consumidor.

PRODUCTO	MOTIVACIÓN
Joyas	<i>productos que contribuyen a crear una atmósfera de prestigio</i>
Alarmas	<i>productos que ofrecen seguridad</i>
Agua	<i>productos que satisfacen necesidades fisiológicas</i>
Coche familiar	<i>productos que denotan un dominio de sí mismo y su contexto</i>
Raqueta de tenis	<i>productos que reafirman la satisfacción de sí mismo</i>
Productos cárnicos	<i>productos que satisfacen necesidades fisiológicas</i>
Agencia de viajes	<i>productos que reafirman la satisfacción de sí mismo</i>
Coche de alta gama	<i>productos que contribuyen a crear una atmósfera de prestigio</i>
Plan de pensiones	<i>productos que ofrecen seguridad</i>
Ropa de trabajo	<i>productos que denotan un dominio de sí mismo y su contexto</i>



4. Indica el tipo de motivación que desempeña cada uno de estos spots publicitarios.

### PROYECCIÓN 1 cuaderno

*Productos que ofrezcan seguridad. Securitas alarmas*

#### PROYECCIÓN 2 cuaderno

*Productos que reafirmen la satisfacción de sí mismo. Halcón viajes*

#### PROYECCIÓN 3 cuaderno

*Productos que contribuyan a crear una atmósfera de prestigio. Rolls-Royce*

#### PROYECCIÓN 4 cuaderno

*Productos que satisfagan necesidades fisiológicas. Leche desnatada Pascual... alimentación saludable...*

#### PROYECCIÓN 5 cuaderno

*Productos que denoten un dominio de sí mismo y su contexto. Nike women... superación personal*

### 3. DIVERSOS GRUPOS DE CONSUMIDORES

5. Después de comprobar las características comunes entre los consumidores de productos y su clasificación en diversos grupos, indica el tipo de consumidor que corresponde con cada uno de los enunciados siguientes:
- a. Engloba a individuos de un determinado nivel económico y social. Le gusta el consumo de productos de gama alta y primera calidad. *El consumidor ostentoso.*
  - b. Este tipo de consumidores suelen tomar su decisión de compra sobre una base emocional y estado de ánimo. Muchas decisiones emocionales son la expresión de ¡Ya te lo mereces! o Consuéntete a ti mismo. *El de tipo emocional.*
  - c. Público de un determinado sexo que responde a un tipo de anuncio concreto. *Los grupos de sexo masculino o femenino.*
  - d. Se piensan los productos a comprar y hacen comparaciones en cuanto a relación calidad precio. *Los de tipo cognitivo.*
  - e. Abarca a aquellos individuos leales a las marcas y que carecen de impulsos para cambiar. *El consumidor ostentoso.*
  - f. Se trata de aquel consumidor experimental que siempre está dispuesto a probar un nuevo producto que ha salido a la venta. *Los de hábitos determinados.*
  - g. Su principal preferencia es el precio del producto. Es un consumidor que busca las ofertas, suele ser conformista con los productos y trata de cuidar el dinero. *El consumidor económico.*
  - h. Hacen referencia a los productos encaminados a una determinada franja de edad y por tanto a un público determinado y concreto. *Los grupos de edades.*

6. ¿Sabrías decir a qué tipo de consumidores van dirigidos los siguientes anuncios? En algunos casos incluso pueden agrupar a más de uno.

**PROYECCIÓN 6** cuaderno

*El consumidor económico. McDonald's: 1x1 euro: dirigida a un público joven y con poco poder adquisitivo.*

**PROYECCIÓN 7** cuaderno

*El consumidor ostentoso. 1880, el turrón más caro del mundo.*

**PROYECCIÓN 8** cuaderno

*Los de tipo cognitivo. Gazpacho Don Simon, el preferido por los consumidores.*

**PROYECCIÓN 9** cuaderno

*Los de hábitos determinados. Navidad*

**PROYECCIÓN 10** cuaderno

*El de tipo emocional. Te mereces unas rebajas...es el slogan que no dice que necesites nada, sino que te darán unas rebajas para comprar aquello que quieras, no dice que lo necesites, sino de que te des un capricho.*

**PROYECCIÓN 11** cuaderno

*Los nuevos consumidores. Nueva Sandhy Cruzcampo, limón y naranja,*

**PROYECCIÓN 12** cuaderno

*Producto femenino. El pintauñas de las estrellas...*

**PROYECCIÓN 13** cuaderno

*Producto femenino. Giorgio Armani - Acqua Di Gio.*

**PROYECCIÓN 14** cuaderno

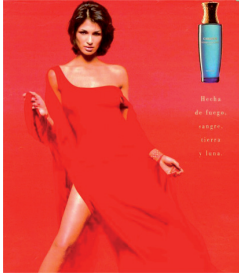
*Producto para adultos. Just for men... para eliminar las canas.*

**PROYECCIÓN 15** cuaderno

*Para niñas. Muñeca Nancy, doctora por el mundo.*

## 4. EL LENGUAJE DEL COLOR

7. Ya has comprobado que el publicista se vale de cualquier recurso con tal de captar la atención del posible comprador. Uno de los recursos más utilizados es el del lenguaje del color, donde cada uno tiene un significado expresivo, psicológico y simbólico concreto. Ahora, sin embargo, deberás indicar que te sugieren a ti cada uno de estos colores cuando los ves en un anuncio publicitario.



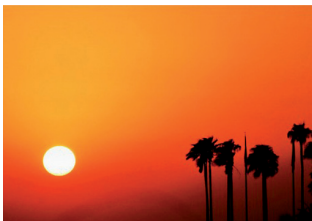
*El rojo es el color del fuego y de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor. En publicidad se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos.*



*El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Simboliza la esperanza, naturaleza, juventud, la inmadurez, pero también el descanso, el equilibrio y además es el color que tranquiliza la retina de nuestro ojo.*



*El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad, la serenidad y la profundidad, es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma, por lo que suele producir un efecto relajante. También representa la confianza, la fe, la verdad y el cielo eterno.*



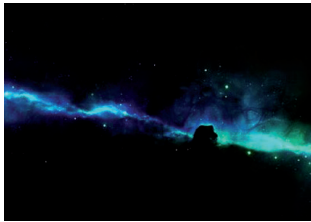
*El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Color cítrico, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito.*



*El violeta se asocia a la realeza y simboliza poder, riqueza, nobleza, lujo y ambición. El púrpura representa la magia y el misterio, también está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia y la dignidad. Debido a que es un color muy poco frecuente en la naturaleza, hay quien opina que es un color artificial.*



*El blanco se asocia a la luz, la bondad, inocencia, transparencia, seguridad y sobre todo pureza. En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza.*



*El negro representa el poder, el prestigio, la seriedad, la formalidad y la elegancia. Aunque también se asocia con la muerte, el miedo, la depresión y el misterio.*

8. Algunos logos tienen un color propio, elegido en muchas ocasiones por las características de lo que representan. Busca información acerca de lo que representan los siguientes logos. Después indica si tiene relación con las sensaciones que transmite el color elegido y explica por qué.



*Greenpeace es una ONG ambientalista. Su objetivo ecologista es proteger y defender el medio ambiente, interviniendo en diferentes puntos del planeta.*



*Red Bull es una bebida energética. Según el fabricante la bebida tiene un efecto revitalizador y desintoxicante, así como propiedades que incrementan las capacidades físicas y potencia la velocidad mental.*



*International Business Machines Corp. (IBM) es una reconocida empresa multinacional estadounidense de tecnología y consultoría. Fabrica y comercializa hardware y software para ordenadores, y ofrece servicios de infraestructura, alojamiento de Internet, y consultoría en una amplia gama de áreas relacionadas con la informática.*



*Agente 007 es un espía británico ficticio. Bond nace como un personaje ficticio de la Guerra Fría, y persiste muchos años después, como un mito de múltiples dimensiones, convertido en una de las grandes figuras seriales de la cultura de masas.*





9. Para que puedas comprobar tus conocimientos sobre la estrategia utilizada por los publicistas, te proponemos que realices las siguientes actividades:

**PROYECCIÓN 16 cuaderno**

**“ANUNCIO N° 1”**

- Producto que se promociona: Agua embotellada
- Marca del producto: LANJARÓN
- Tipo de necesidad o motivación del producto en el consumidor: Productos que satisfacen las necesidades fisiológicas.
- Grupo de individuos al que va dirigido: De tipo cognitivo, ya que el spot se basa en la calidad y lo saludable que es esta agua.
- Color destacado: Blanco
- Mensaje del anuncio por el que quieren captar compradores: Destaca la pureza del agua (de ahí que destaque el color blanco). La confianza en el producto, ya que la madre se lo ofrece a su niño. Compara lo saludable de Sierra Nevada con el agua, ya que es extraída de ese paraje. Slogan: “Lanjarón: sube a lo más puro”.

**PROYECCIÓN 17 cuaderno**

**“ANUNCIO N° 2”**

- Producto que se promociona: Barra de labios
- Marca del producto: SUPER STAY 24H DE MAYBELLINE NEW YORK
- Tipo de necesidad o motivación del producto en el consumidor: Productos que denotan un dominio de sí mismo y su contexto.
- Grupo de individuos al que va dirigido: Para sexo femenino.
- Color destacado: Rojo.
- Mensaje del anuncio por el que quieren captar compradores: Destaca la resistencia de la barra de labios, su color intenso y su hidratación, que llega a durar todo el día. Habla de una nueva fórmula que lo hace tan peculiar, resistiendo a los roces, al estrés, a la humedad y, además, no mancha. Sus cualidades que son nombradas por la voz en off, son reafirmadas porque aparecen escritas en la pantalla, en color rojo, como el de los labios. No obstante, el spot emplea este color, ya que transmite en el consumidor pasión, sensualidad, incluso algo de erotismo. Slogan: “Ningún otro dura más”.

## 5. EL MARKETING

10. Contesta brevemente a las siguientes cuestiones.

a. ¿En qué consiste el Marketing?

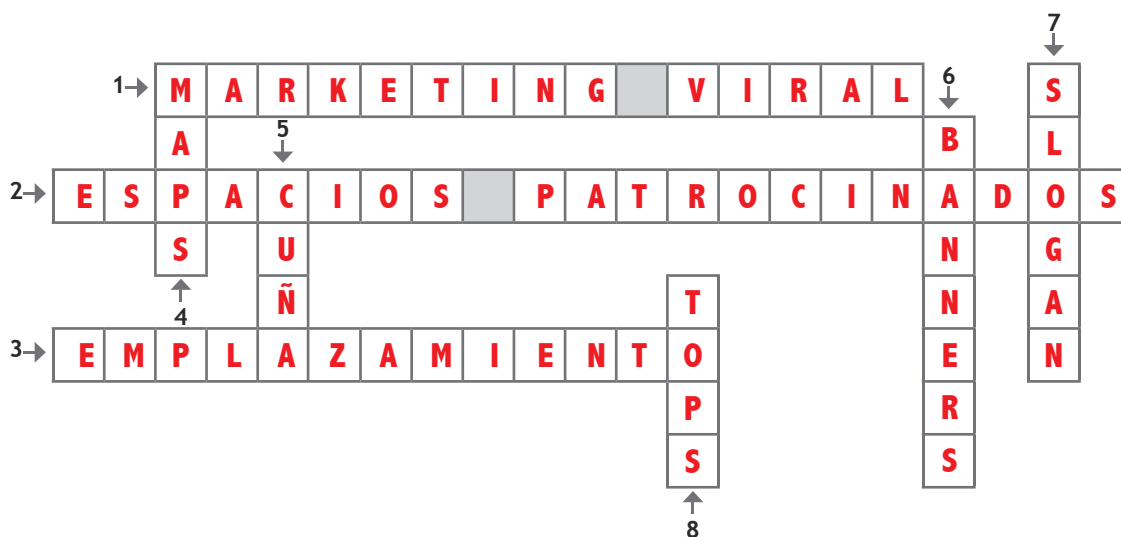
*El marketing consiste en un conjunto de técnicas encaminadas a lograr crear productos que satisfagan las necesidades de los consumidores. Para ello es necesario analizar los gustos de los consumidores, averiguar cuáles son sus necesidades y sus deseos, y desarrollar a partir de esto, una serie de técnicas publicitarias destinadas a influir en su comportamiento, con el objetivo de que adquieran un determinado producto.*

b. Enumera las formas por las que se puede dar a conocer un producto y explícalas brevemente.

*Por medio de la TV, se trata de un medio de comunicación muy extendido y combina dos tipos de lenguajes: el sonoro y el de imágenes. Por Radio, aunque se necesita un buen eslogan y una música que capte la atención y que refuerce el mensaje. La publicidad estática, mediante carteles anunciadores en carreteras, calles, estadios de fútbol, etc., y que también se da en las revistas, en los periódicos. La publicidad directa que se lleva a cabo mediante la entrega personal de un folleto de un determinado producto.*

11. Completa el crucigrama y encontrarás los formatos de publicidad más habituales entre los distintos medios.

1. Formato de publicidad que usa el efecto de "red social" creado por Internet y los servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente.
2. Se suelen reproducir al comienzo y al final un programa y hacen referencia a la marca que lo patrocina.
3. Consiste en la inserción de un producto de una forma disimulada por los personajes protagonistas de una serie de televisión, cine...
4. Formato publicitario a través de envíos de mensajes por correo electrónico.
5. Breve anuncio intercalados entre programas radiofónicos.
6. Pancartas de publicidad que aparecen de forma horizontal en la pantalla del ordenador.
7. Frase breve y fácil de recordar con el objetivo de llamar la atención del público.
8. Es el formato más empleado de la televisión para la publicidad, suele ser de breve duración.





## 6. EL EMPLEO DE LA MÚSICA EN LA PUBLICIDAD

### 6.1. FUNCIONES DE LA MÚSICA EN LA PUBLICIDAD

12. La música cumple una función específica dentro de un spot publicitario. Explica brevemente, por qué son importantes cada una de estas funciones.

a. Refuerza el contenido del anuncio. \_\_\_\_\_

*El principal objetivo es subrayar o reforzar los contenidos anunciados. Junto con las palabras y las imágenes, la música juega un papel fundamental en los elementos necesarios de un spot publicitario.*

b. Ayuda a memorizar el mensaje y el producto. \_\_\_\_\_

*La eficacia de un anuncio depende de su capacidad de recuerdo en la mente del consumidor y, a veces, la música del spot nos hace recordar el producto. Con esta intención, la mayor parte de la música destinada a la publicidad responde a estructuras sencillas y fáciles de retener.*

c. Capta la atención del oyente y despierta interés en el mensaje. \_\_\_\_\_

*Sirve para captar la atención del consumidor desde el primer momento, y así despertar su interés hacia el mensaje.*

d. Facilita la discriminación del público objetivo. \_\_\_\_\_

*Sirve para discriminar grupos de población a quienes va dirigida la publicidad. Según el público (edad, clase social, estilo de vida,...) será el estilo musical seleccionado para cada publicidad.*



## 6.2. TIPOS DE MÚSICA EMPLEADOS EN LA PUBLICIDAD

### 6.2.1. Música original

13. La música original es aquella que está creada expresamente para un anuncio publicitario concreto, existiendo varios tipos. Completa con las palabras correspondientes.

JINGLE / CANCIÓN ORIGINAL / MÚSICA GENÉRICA / BANDA SONORA

- Tiene la función de apoyar las imágenes y dar énfasis al mensaje publicitario. El empleo de esta música está cercano a como se utiliza en el cine. BANDA SONORA
- Son canciones publicitarias, cuya letra habla del producto anunciado. JINGLE
- Se crean especialmente para los anuncios, pero no tienen por qué hablar del producto o hablar de la marca. CANCIÓN ORIGINAL
- Es como una música que identifica el producto, pero instrumental, es decir, sin letra. MÚSICA GENÉRICA

14. Los siguientes anuncios publicitarios contienen una música original compuesta exclusivamente para el anuncio. ¿Sabrías indicar el tipo correspondiente de cada uno?

PROYECCIÓN 18 cuaderno

MÚSICA GENÉRICA

PROYECCIÓN 19 cuaderno

JINGLE

PROYECCIÓN 20 cuaderno

CANCIÓN ORIGINAL

PROYECCIÓN 21 cuaderno

BANDA SONORA



### 6.2.2. Música prestada o preexistente

15. La música prestada o preexistente es aquella que ya existe con anterioridad. De entre los diversos tipos que existen, escribe el correcto en cada enunciado.

COVER / ADAPTACIÓN / FONO / MUSIC LIBRARY

- a. En el anuncio se incluye una canción original sin ningún tipo de modificación. FONO
- b. Son canciones que se pueden adquirir libremente o con un coste muy bajo, por haber prescrito la fecha de los derechos de autor. MUSIC LIBRARY
- c. Se trata de versiones muy parecidas a las creadas por el autor o compositor. COVER
- d. Es una versión modificada de un tema conocido, realizando variaciones en la música o en la letra. ADAPTACIÓN



16. Los siguientes anuncios publicitarios contienen una música no original, es decir, que ya existe con anterioridad. ¿Sabrías indicar el tipo correspondiente de cada uno?

PROYECCIÓN 22 cuaderno

*MUSIC LIBRARY // Música: Casta Diva de la ópera Norma de V. Bellini*

PROYECCIÓN 23 cuaderno

*ADAPTACIÓN // Música: "Eye Of The Tiger" de Survivor*

PROYECCIÓN 24 cuaderno

*COVER // Música: Libre de Nino Bravo*

PROYECCIÓN 25 cuaderno

*FONO // Música: "Changes", es un tema del dúo parisino Faul & Wad Ad.*





17. Vamos a introducirnos en el mundo de los publicistas, para ello elegiremos un producto de cada una de las audiciones seleccionadas, aunque deberemos tener en cuenta algunas consideraciones.



**Audición 43** *Respuesta libre. Música: Vals de las flores de Tchaikovsky*

- a. Tipo de público al que puede atraer esta audición. \_\_\_\_\_
- b. ¿Qué producto promocionarías con esta música? \_\_\_\_\_
- c. Inventa un nombre o marca para el producto. \_\_\_\_\_
- d. Crea un slogan para el producto.

---



---

- e. Inventa un argumento para el anuncio.

---



---



---

- f. Haz una descripción de cómo serían los personajes y la puesta en escena.

---



---



---



**Audición 44** *Respuesta libre. Música: Golden Skans de Klaxons*

- a. Tipo de público al que puede atraer esta audición. \_\_\_\_\_
- b. ¿Qué producto promocionarías con esta música? \_\_\_\_\_
- c. Inventa un nombre o marca para el producto. \_\_\_\_\_
- d. Crea un slogan para el producto.

---



---

- e. Inventa un argumento para el anuncio.

---



---



---

- f. Haz una descripción de cómo serían los personajes y la puesta en escena.

---



---



---



18. Como resumen de lo explicado en la unidad realiza el análisis de un anuncio publicitario, en base a los siguientes puntos:

**PROYECCIÓN 26** cuaderno “Análisis de un Anuncio Publicitario”

- ✓ Medio de difusión donde tiene lugar el anuncio (radio, televisión, vallas publicitarias, etc.):  
TELEVISIÓN
- ✓ Duración del spot: 00:20 minutos
- ✓ Producto: Cadena de establecimientos de grandes superficies, dedicada a la venta de electrodomésticos, informática básica y electrónica.
- ✓ Marca: MEDIAMARKT
- ✓ Slogan: MEDIAMARKT YO NO SOY TONTO
- ✓ Motivaciones para consumir el producto (fisiológicas, por seguridad, prestigio...):  
Productos que reafirmen la satisfacción de sí mismo. esta cadena vende productos que “mejoran nuestra calidad de vida” como lavadoras, ordenadores, móviles...
- ✓ Grupo de personas a los que va dirigido (nuevos consumidores, de hábitos determinados, cognitivo...): Dirigido a un consumidor económico, que busca las ofertas y que suele ser conformista con los productos.
- ✓ Sexista (sólo para hombres, solo para mujeres, para ambos sexos):  
Indistinto
- ✓ Edad (para niños, para jóvenes, adultos, mayores...): Para personas adultas en general, aunque también tiene productos para jóvenes.
- ✓ Colores que utiliza (conexión de los colores utilizados con el mensaje):  
El rojo es el color que suele utilizar de fondo para su publicidad, tanto de televisión, como la estática.
- ✓ Imagen que presenta / impresión que causa (agradable, cercana a la realidad, fantástica...):  
Emplea una imagen desenfadada y cómica. en el comienzo un señor se cae al suelo cuando trata de apoyarse en una lavadora, simulando que se llevan tan pronto los productos que prácticamente desaparecen del establecimiento.
- ✓ Música (estilo clásico, pop, electrónica / original, preexistente...):  
Se trata de la canción happy birthday, pero en una versión rockera. por tanto se trata de una adaptación de la canción original (preexistente). esta música la incorporan al anuncio con motivo de su décimo aniversario.
- ✓ Razones por las cuales se debe adquirir el producto:  
La principal razón es el buen precio de los productos. La voz en off dice que son los superventas de Mediamarkt, los que más se venden a precios increíbles.

**19.** Ahora que ya dominas todas las estrategias publicitarias te proponemos que crees un anuncio publicitario de acuerdo con las condiciones indicadas (puedes elegir cualquiera de las dos propuestas). También puedes hacer uno de libre elección.

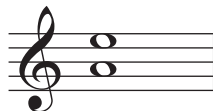
- a. Periodo anual en el que se encuadra: fiestas navideñas / vacaciones de verano
- b. Tema: libre, aunque relacionado con estas fechas y que responda a la promoción de un producto de consumo para este momento.
- c. Duración del spot: mínimo 2 minutos, máximo 4 minutos.
- d. Formato de presentación: puede realizarse en formato para ser publicitado en radio o en formato para televisión.
- e. Música a emplear: clásica / pop.
- f. Explicación de los siguientes detalles:
  - a) edad y sexo del público al que va dirigido
  - b) carácter del anuncio
  - c) slogan
  - d) especificación de las características del producto de acuerdo con el orden de prioridades.
  - e) grupo de individuos al que va dirigido
  - f) explicación del “lenguaje del color” empleado (en caso de imagen)

*Respuesta libre.*



## BLOQUE 3 CREACIÓN MUSICAL

Entre dos notas de distinto nombre y entonación que suenan simultáneamente, es decir, las dos a la vez, también existe una distancia. A este tipo de intervalo se le llama **intervalo armónico**, y se califica de la misma manera que los melódicos:



una 5ª

Dependiendo de la segunda nota que forma el intervalo armónico puede ser:

✓ conjunto

✓ disjunto



✓ simple

✓ compuesto



✓ natural

✓ alterado



Cuando a estas dos notas que forman un intervalo armónico le añadimos otra más, formamos un **acorde**. Aquí tienes un ejemplo de cómo se construye:



A esta emisión al mismo tiempo de varios sonidos (como mínimo 3) se le denomina **acorde**.

Los acordes tienen que estar formados como mínimo por 3 sonidos, pero existen acordes con 4, 5, 6 o más notas.

Los **acordes clásicos** están formados por terceras superpuestas contadas a partir de la nota generadora del acorde llamada fundamental y los sonidos de un acorde se cuentan desde la nota más grave a la aguda.

El acorde **formado por 3 notas** se llama **acorde de tríada**.

Para construir este tipo de acordes colocaremos primero la nota fundamental en la parte más grave. A continuación, sobre ésta situaremos las otras 2 notas del acorde (la 3ª y la 5ª) teniendo en cuenta que entre cada una de ellas haya una distancia de 3ª.

fundamental



fundamental + 3ª



fundamental + 3ª + 5ª

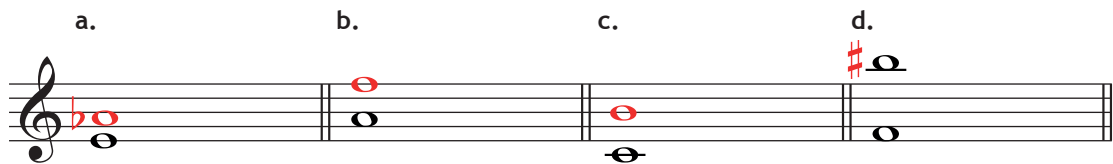


1. Escribe la segunda nota para que resulte un intervalo armónico, alterado, simple, conjunto.



2. Escribe la nota que falta para que resulten los siguientes intervallos armónicos:

- a. 4ª, alterado, disjunto y simple
- b. 6ª, disjunto, natural y simple
- c. 7ª, simple, natural y disjunto
- d. 11ª, compuesto, alterado, disjunto



3. Tacha lo incorrecto.

- a. A la emisión de varios sonidos al mismo tiempo (como mínimo 3) se le denomina **sinfonía** / acorde.
- b. La nota fundamental de un acorde es la más **aguda** / grave de las tres.
- c. Los acordes se forman a partir de la nota fundamental a distancia de **quinta** / tercera.
- d. Los sonidos de un acorde se organizan de forma **vertical** / horizontal.
- e. El acorde formado por 3 notas se llama acorde de **trío** / tríada.
- f. Los acordes clásicos están formados por **terceras** / cuartas superpuestas.

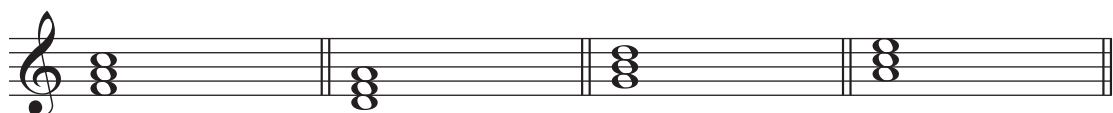
4. Escribe acordes de tríada tomando como fundamental la nota que aparece.



5. Escribe acordes de tríada sabiendo que la nota que aparece es la quinta del acorde.



6. Escribe acordes de tríada sabiendo que la nota que aparece es la tercera del acorde.





## AUDICIONES

### Unidad 1

<b>Audición 1</b>	<i>Rinaldo</i> (aria), G.F. Haendel
<b>Audición 2</b>	Instrumentación ópera 1
<b>Audición 3</b>	Instrumentación ópera 2
<b>Audición 4</b>	Instrumentación ópera 3
<b>Audición 5</b>	Melodía ópera 1
<b>Audición 6</b>	Melodía ópera 2
<b>Audición 7</b>	<i>Idomeneo, rey de Creta</i> , W.A. Mozart
<b>Audición 8</b>	<i>Las bodas de Figaro</i> , W.A. Mozart
<b>Audición 9</b>	<i>La Revoltosa</i> , R. Chapí
<b>Audición 10</b>	Instrumentación zarzuela 1
<b>Audición 11</b>	Instrumentación zarzuela 2
<b>Audición 12</b>	Instrumentación zarzuela 3
<b>Audición 13</b>	<i>Danza de los gemelos</i> , República Centroafricana
<b>Audición 14</b>	Musical 1
<b>Audición 15</b>	Musical 2
<b>Audición 16</b>	Musical 3
<b>Audición 17</b>	Musical 4
<b>Audición 18</b>	Musical 5
<b>Audición 19</b>	Musical 6

### Unidad 2

<b>Audición 20</b>	<i>Psicosis</i>
<b>Audición 21</b>	<i>Ghost</i>
<b>Audición 22</b>	<i>Walt Disney</i>
<b>Audición 23</b>	<i>Superman</i>
<b>Audición 24</b>	<i>La vida es bella</i> 1
<b>Audición 25</b>	<i>La vida es bella</i> 2
<b>Audición 26</b>	<i>La vida es bella</i> 3
<b>Audición 27</b>	<i>La vida es bella</i> 4
<b>Audición 28</b>	<i>Shine</i>
<b>Audición 29</b>	<i>Jurassic Park</i>
<b>Audición 30</b>	<i>Los chicos del coro</i>
<b>Audición 31</b>	<i>Braveheart</i>
<b>Audición 32</b>	<i>Iron man</i>
<b>Audición 33</b>	<i>Rocky</i>
<b>Audición 34</b>	<i>2001, odisea en el espacio</i>
<b>Audición 35</b>	<i>La lista de Schindler</i>
<b>Audición 36</b>	<i>Canción de cuna</i> , Brahms
<b>Audición 37</b>	<i>Marcha nupcial</i> , Mendelssohn
<b>Audición 38</b>	<i>Marcha fúnebre</i> , Chopin
<b>Audición 39</b>	<i>Candilejas</i> , Charlie Chaplin
<b>Audición 40</b>	<i>Los diez mandamientos</i>
<b>Audición 41</b>	<i>El hombre del brazo de oro</i>
<b>Audición 42</b>	<i>Ciudadano Kane</i>
<b>Audición 43</b>	<i>Indiana Jones</i>
<b>Audición 44</b>	<i>La guerra de las galaxias</i>
<b>Audición 45</b>	<i>Tiburón</i>
<b>Audición 46</b>	<i>Harry Potter</i>
<b>Audición 47</b>	<i>Batman</i>
<b>Audición 48</b>	<i>Braveheart</i>
<b>Audición 49</b>	<i>Pulp Fiction</i>
<b>Audición 50</b>	<i>Stargate</i>
<b>Audición 51</b>	Voz 1



- Audición 52**      Voz 2  
**Audición 53**      Voz 3  
**Audición 54**      Voz 4  
**Audición 55**      Voz 5

### Unidad 3

- Audición 1**      *Amen*  
**Audición 2**      *Go Down Moses*  
**Audición 3**      *Honey, Honey*, Ray Charles  
**Audición 4**      Rueda de blues  
**Audición 5**      *Concierto para piano nº 5*, Beethoven  
**Audición 6**      *Vals nº 7*, Chopin  
**Audición 7**      *Maple Leaf Rag*, S. Joplin  
**Audición 8**      *High Society*, King Oliver's Creole Jazz Band  
**Audición 9**      *Sugar Foot Stomp*, Kid Ory  
**Audición 10**      *Tiger Rag*, Original Dixieland Jazz Band  
**Audición 11**      *What a Wonderful World*, Louis Armstrong  
**Audición 12**      *In the Mood*, Glenn Miller  
**Audición 13**      *Slow Boat to China*, Charlie Parker  
**Audición 14**      *Cool Jazz*, Miles Davis  
**Audición 15**      Trompeta  
**Audición 16**      Trombón  
**Audición 17**      Trompeta con sordina  
**Audición 18**      Trombón con sordina  
**Audición 19**      *One for Daddy*, Cannonball  
**Audición 20**      *First Take*, Ornette Coleman  
**Audición 21**      *Mission to Moscow*, Benny Goodman  
**Audición 22**      *Maple Leaf Rag*, S. Joplin  
**Audición 23**      *Blue in Green*, Miles Davis  
**Audición 24**      *Crazeology*, Parker & D. Gillespie  
**Audición 25**      *Moanin*, Charles Mingus  
**Audición 26**      *Vulcan Worlds*, Chick Corea & Al Di Meola  
**Audición 27**      *Just the Two of Us*, George Benson  
**Audición 28**      *Intro*, Tito Puente  
**Audición 29**      Lincoln Center Orchestra & Wynton Marsalis  
**Audición 30**      St Germain & Herbie Mann  
**Audición 31**      *Far Away*, Bill Frisell  
**Audición 32**      *Cotton Club*, Wayne Horvitz  
**Audición 33**      *Cotton Vostok*, Triosk  
**Audición 34**      *B-Boy*, Crown City Rockers  
**Audición 35**      *Una noche en el Central*, Pedro Iturralde  
**Audición 36**      *Spain*, M. Camilo & Tomatito  
**Audición 37**      *Rhapsody in Blue*, G. Gershwin

### Unidad 4

- Audición 1**      *If Tomorrow Never Comes*, Garth Brooks  
**Audición 2**      *American Patrol*, Glenn Miller  
**Audición 3**      *Sweet Little Angel*, B.B. King  
**Audición 4**      *Pinetop's Boogie Woogie*, Clarence Smith  
**Audición 5**      *Tocamos Boogie Woogie*  
**Audición 6**      *Drifting Blues*, Eric Clapton  
**Audición 7**      *Sing, Sing, Sing*, Benny Goodman  
**Audición 8**      *The Gambler*, Kenny Rogers  
**Audición 9**      *The Hipster*, Harry Gibson  
**Audición 10**      *Ain't That a Shame*, Fats Domino





<b>Audición 11</b>	<i>Rock Around the Clock</i> , Bill Haley & The Comets
<b>Audición 12</b>	<i>Jailhouse Rock</i> (El rock de la cárcel), Elvis Presley
<b>Audición 13</b>	<i>Help</i> , The Beatles
<b>Audición 14</b>	<i>Satisfaction</i> , The Rolling Stones
<b>Audición 15</b>	<i>Hurricane</i> , Bob Dylan
<b>Audición 16</b>	<i>Purple Haze</i> , Jimi Hendrix
<b>Audición 17</b>	<i>Shine on You Crazy Diamond</i> , Pink Floyd
<b>Audición 18</b>	<i>Days of Future Passed</i> , Moody Blues
<b>Audición 19</b>	<i>Smoke on the Water</i> , Deep Purple
<b>Audición 20</b>	<i>Highway to Hell</i> (Autopista al infierno), AC/DC
<b>Audición 21</b>	<i>God Save the Queen</i> , The Sex Pistols
<b>Audición 22</b>	<i>Fiebre de Sábado Noche</i> , Bee Gees
<b>Audición 23</b>	<i>Atom Heart Mother</i> , Pink Floyd
<b>Audición 24</b>	<i>The Trooper</i> , Iron Maiden
<b>Audición 25</b>	<i>I Will Survive</i> , Gloria Gaynor
<b>Audición 26</b>	<i>Hey! Ho! Lets Go</i> , The Ramones
<b>Audición 27</b>	<i>Roxanne</i> , The Police
<b>Audición 28</b>	<i>Radioactivity</i> , Kraftwerk
<b>Audición 29</b>	<i>Discipline</i> , Throbbing Gristle
<b>Audición 30</b>	<i>Fade to Grey</i> , Visage
<b>Audición 31</b>	<i>Rap Superstar</i> , Cypress Hill ft. Eminem
<b>Audición 32</b>	<i>The Final Countdown</i>
<b>Audición 33</b>	<i>Thriller</i>
<b>Audición 34</b>	<i>We Will Rock You</i>
<b>Audición 35</b>	<i>Let's Dance</i>
<b>Audición 36</b>	<i>Music is the Key</i>
<b>Audición 37</b>	<i>I Can Feel It</i>
<b>Audición 38</b>	<i>We Came In Peace</i>
<b>Audición 39</b>	<i>Smells Like Teen Spirit</i> , Nirvana
<b>Audición 40</b>	<i>Paranoid Android</i> , Radiohead
<b>Audición 41</b>	<i>Papercut</i>
<b>Audición 42</b>	<i>Rise Above</i>
<b>Audición 43</b>	<i>Dirty Boots</i>
<b>Audición 44</b>	<i>I Bet You Look Good on the Dancefloor</i> , Arctic Monkeys
<b>Audición 45</b>	<i>Take it or Leave it</i> , The Strokes
<b>Audición 46</b>	<i>Hysteria</i> , Muse
<b>Audición 47</b>	<i>Atlantis to Interzone</i> , Klaxons
<b>Audición 48</b>	<i>The Power of Now</i> , Steve Aoki & Headhunterz

#### Unidad 5

<b>Audición 1</b>	<i>La zarzamora</i>
<b>Audición 2</b>	<i>Bésame mucho</i>
<b>Audición 3</b>	<i>Mambo</i>
<b>Audición 4</b>	<i>Dieciséis toneladas</i> , José Guardiola
<b>Audición 5</b>	<i>El rock de la cárcel</i> , Bruno Lomas
<b>Audición 6</b>	<i>Quince años</i> , Dúo Dinámico
<b>Audición 7</b>	<i>Submarino Amarillo</i> , Los Mustang
<b>Audición 8</b>	<i>Yellow Submarine</i> , The Beatles
<b>Audición 9</b>	<i>Mejor</i> , Los Brincos
<b>Audición 10</b>	<i>Black Is Black</i> , Los Bravos
<b>Audición 11</b>	<i>Get On Your Knees</i> , Los Canarios
<b>Audición 12</b>	<i>La chica ye-yé</i>
<b>Audición 13</b>	Solista 1
<b>Audición 14</b>	Solista 2

<b>Audición 15</b>	Solista 3
<b>Audición 16</b>	<i>Rosas en el mar</i> , L.E. Aute
<b>Audición 17</b>	<i>Mediterráneo</i> , J.M. Serrat
<b>Audición 18</b>	<i>Ser urbano</i> , Asfalto
<b>Audición 19</b>	<i>Paseando por la mezquita</i> , Medina Azahara
<b>Audición 20</b>	<i>Pero que público más tonto tengo</i> , Kaka de Luxe
<b>Audición 21</b>	<i>Bailando</i> , Alaska y los Pegamoides
<b>Audición 22</b>	<i>El ritmo del garaje</i> , Loquillo y Los Trogloditas
<b>Audición 23</b>	<i>Hoy no me puedo levantar</i> , Mecano
<b>Audición 24</b>	<i>A quién le importa</i> , Alaska y Dinarama
<b>Audición 25</b>	<i>Entre dos tierras</i> , Héroes del silencio
<b>Audición 26</b>	<i>Agradecido</i> , Rosendo
<b>Audición 27</b>	<i>Los rockeros van al infierno</i> , Barón Rojo
<b>Audición 28</b>	<i>Cuando era más joven</i> (del álbum <i>Juez y Parte</i> ), J. Sabina
<b>Audición 29</b>	<i>Un buen día</i> , Los Planetas
<b>Audición 30</b>	<i>Frío sin ti</i> , Navajita Plateá
<b>Audición 31</b>	<i>La flaca</i> , Jarabe de Palo
<b>Audición 32</b>	<i>Jesucristo García</i> , Extremoduro
<b>Audición 33</b>	<i>Corazón partío</i> , Alejandro Sanz
<b>Audición 34</b>	<i>Te he echado de menos</i> , Pablo Alborán
<b>Audición 35</b>	<i>Zapatillas</i> , El Canto del Loco
<b>Audición 36</b>	<i>Partiendo la pana</i> , Estopa
<b>Audición 37</b>	<i>En mis venas</i> , Supersubmarina
<b>Audición 38</b>	<i>La estanquera de Saigón</i> , Los chikos del maíz
<b>Audición 39</b>	<i>Es imposible, no puede ser...</i> , Megabeat
<b>Audición 40</b>	<i>Poseidón</i> , Danny Ávila

#### **Unidad 6**

<b>Audición 41</b>	Cuña publicitaria
<b>Audición 42</b>	Espacio patrocinado
<b>Audición 43</b>	Cuaderno actividad 17
<b>Audición 44</b>	Cuaderno actividad 17



