

6. La música al servei del consumisme

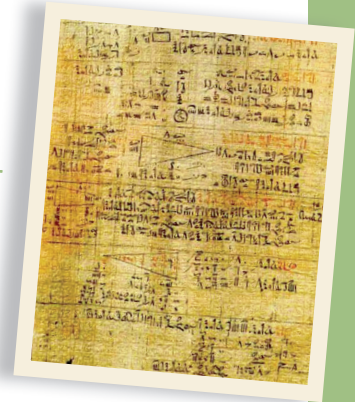
Música i publicitat

BLOC 1 CONTEXTOS CULTURALS I MUSICALS. ESCOLTA

1. ANTECEDENTES PUBLICITARIOS

1. Llig les frases següents i indica quines són vertaderes (V) o falses (F).

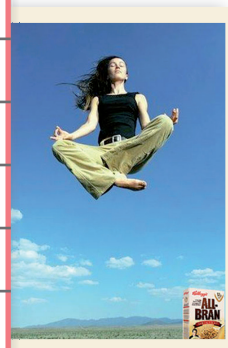
- (V)** El primer anunci conegut data del 3000 a. C. i fou trobat en les ruïnes de la ciutat de Tebes, capital de l'antic Egipte.
- (V)** El primer cartell trobat és una recompensa per a qui aconseguís capturar un esclau fugat.
- (F)** Durant l'Edat Mitjana es va desenvolupar la impremta, la qual permeté una gran difusió de la publicitat.
- (V)** Durant l'Edat Mitjana els productes els anunciava un pregoner de viva veu.
- (V)** La publicitat impresa no es va desenvolupar, en realitat, fins al segle XVI amb l'aparició de la impremta, que va permetre l'elaboració d'un missatge repetidament.
- (F)** En el segle XVI es professionalitza l'activitat publicitària amb el naixement de la primera agència de publicitat.
- (V)** Amb la Revolució Industrial del segle XVIII sorgeix la necessitat de donar a conèixer els productes fabricats a gran escala.
- (V)** Els almanacs són considerats els primers periòdics impresos i van permetre la divulgació de les primeres formes de publicitat.
- (V)** La primera agència de publicitat, anomenada Société Générale des Annonces, va sorgir a França l'any 1845 i estava destinada a prestar serveis als anunciants.
- (V)** A finals del segle XIX, als EUA, alguns envasos comencen a dur impresa la marca.
- (F)** La ràdio va sorgir l'any 1720 i comport   un auge de la publicitat.
- (F)** Les primeres emissions de televis  , de l'any 1972, combinaven l'  s de mitjans sonors i visuals.



2. POSSIBLES MOTIVACIONS D'UN CONSUMIDOR

2. Ja saps que tots els anuncis ordenen, segons un orde de prioritats, les motivacions que impulsen el consumidor a adquirir un determinat producte. Escriu dos exemples de marques o de productes que et resulten necessaris o atractius.
- Productes que satisfan les teues necessitats fisiològiques. *RESPOSTA LLIURE: Productes d'alimentació, begudes, productes que respecten el medi ambient, productes que curen la nostra salut, la higiene...*
 - Productes que t'ofereixen seguretat. *RESPOSTA LLIURE: Seguretat física: alarmes, pneumàtics, frens... Seguretat a llarg termini: habitatge, estalvis, fons de jubilació, assegurances...*
 - Productes que contribueixen a crear una atmosfera de prestigi. *RESPOSTA LLIURE: Productes amb preus elevats i articles de luxe: cotxes (Jaguar, Ferrari...), roba i perfums (Chanel, Armani, Prada...).*
 - Productes que reafirmen la satisfacció d'un mateix. *RESPOSTA LLIURE: Productes destinats a l'oci (hotels, destinacions...), a l'aventura (motxilles, accessoris d'acampades...), esports (bicicleta, roba esportiva...), música (instruments, micròfon, teclats...).*
 - Productes que denoten un domini d'un mateix i del seu context. *RESPOSTA LLIURE: Productes relacionats amb la personalitat de cada individu, com per exemple, amb la manera de vestir, productes funcionals com un cotxe familiar i amb espai per als que tenen fills...*
3. Ordena cadascun d'aquests productes segons la motivació que, al teu parer, satisfà en el consumidor.

PRODUCTE	MOTIVACIÓ
Joies	<i>productes que contribueixen a crear una atmosfera de prestigi</i>
Alarmes	<i>productes que ofereixen seguretat</i>
Aigua	<i>productes que satisfan necessitats fisiològiques</i>
Cotxe familiar	<i>productes que denoten un domini d'un mateix i del seu context</i>
Raqueta de tennis	<i>productes que reafirmen la satisfacció d'un mateix</i>
Productes carnis	<i>productes que satisfan necessitats fisiològiques</i>
Agència de viatges	<i>productes que reafirmen la satisfacció d'un mateix</i>
Cotxe d'alta gamma	<i>productes que contribueixen a crear una atmosfera de prestigi</i>
Pla de pensions	<i>productes que ofereixen seguretat</i>
Roba de treball	<i>productes que denoten un domini d'un mateix i del seu context</i>



4. Indica el tipus de motivació a què apel·la cadascun d'aquests espots publicitaris.

PROJECCIÓ 1 quadern

Productes que ofereixen seguretat. Securitas alarmas

PROJECCIÓ 2 quadern

Productes que reafirmen la satisfacció d'un mateix. Halcón viajes

PROJECCIÓ 3 quadern

Productes que contribueixen a crear una atmosfera de prestigi. Rolls-Royce

PROJECCIÓ 4 quadern

Productes que satisfan necessitats fisiològiques. Leche desnatada Pascual... alimentación saludable...

PROJECCIÓ 5 quadern

Productes que denoten un domini d'un mateix i del seu context. Nike women... superació personal

3. DIVERSOS GRUPS DE CONSUMIDORS

5. Després de comprovar les característiques comunes entre els consumidors de productes i la classificació d'aquests en diversos grups, indica el tipus de consumidor que correspon a cadascun dels enunciat següents:
- a. Engloba individus d'un determinat nivell econòmic i social. Li agrada el consum de productes de gamma alta i de primera qualitat. *El consumidor ostentós*
 - b. Aquest tipus de consumidors sol prendre les decisions de compra sobre una base emocional i un estat d'ànim. Moltes decisions emocionals responen a expressions del tipus *T'ho mereixes! o Dóna't un caprici!.* *El de tipus emocional*
 - c. Públic d'un determinat sexe que respon a un tipus d'anunci concret. *Els grups de sexe masculí o femení*
 - d. Es pensen els productes a comprar i fan comparacions sobre la relació qualitat-preu. *Els de tipus cognitiu*
 - e. Es refereix a aquells individus lleials a les marques i que no tenen impulsos de canviar. *El consumidor ostentós*
 - f. Es tracta d'aquell consumidor experimental que sempre està disposat a provar un nou producte que ha eixit a la venda. *Els d'hàbits determinats*
 - g. La preferència principal és el preu del producte. És un consumidor que busca les ofertes, sol ser conformista amb els productes i tracta de tenir cura dels diners. *El consumidor econòmic*
 - h. Fa referència als productes adreçats a una determinada franja d'edat i, per tant, a un públic determinat i concret. *Els grups d'edats*

6. Sabries dir a quin tipus de consumidors van adreçats els anuncis següents? En alguns casos fins i tot poden agrupar-ne a més d'un.

PROJECCIÓ 6 quadern

El consumidor econòmic. McDonald's: 1x1euro: dirigida a un públic jove i amb poc poder adquisitiu.

PROJECCIÓ 7 quadern

El consumidor ostentós. 1880, el torró més car del món.

PROJECCIÓ 8 quadern

Els de tipus cognitiu. Gazpacho Don Simon, el preferit pels consumidors.

PROJECCIÓ 9 quadern

Els d'hàbits determinats. Navidul.

PROJECCIÓ 10 quadern

El de tipus emocional. "Te mereces unas rebajas..." és un eslògan que no diu que necessites res, sinó que t'oferiran unes rebaixes perquè compres allò que vulgues; no diu que ho necessites, sinó que et dones un caprici.

PROJECCIÓ 11 quadern

Els nous consumidors. Nova Sandhy Cruzcampo, llima i taronja.

PROJECCIÓ 12 quadern

Producte femení. El pintaungles de les estrelles.

PROJECCIÓ 13 quadern

Producte femení. Giorgio Armani - Acqua Di Gio

PROJECCIÓ 14 quadern

Producte per a adults. Just for men... per a eliminar les canes.

PROJECCIÓ 15 quadern

Per a xiquetes. Muñeca Nancy, doctora pel món.

4. EL LLENGUATGE DEL COLOR

7. Ja has comprovat que el publicista aprofita qualsevol recurs per captar l'atenció del possible comprador. Un dels recursos més utilitzats és el del llenguatge del color, en el qual cada color té un significat expressiu, psicològic i simbòlic concret. Ara, però, hauràs d'indicar què et suggereixen a tu cadascun d'aquests colors quan els veus en un anunci publicitari.



El roig és el color del foc i de la sang, per la qual cosa se l'associa amb el perill, la guerra, l'energia, la fortalesa, la determinació, així

com la passió, el desig i l'amor. En publicitat s'utilitza el roig per a provocar sentiments eròtics.

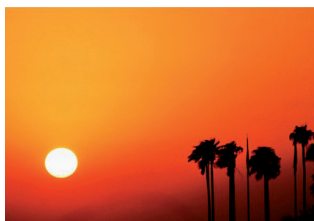


El verd és el color de la naturalesa per excel·lència. simbolitza l'esperança, la natura, la joventut, la immaduresa, però també

el descans, l'equilibri i, a més, és el color que tranquil·litza la retina de l'ull.



El blau és el color del cel i del mar, motiu pel qual se sol associar a l'estabilitat, a la serenitat i a la profunditat; és un color fortament lligat a la tranquil·litat i a la calma, de manera que sol produir un efecte relaxant. També representa la confiança, la fe, la veritat i el cel etern.



El taronja combina l'energia del roig amb la felicitat del groc. Se l'associa a l'alegria, el sol brillant i el tròpic. Representa l'entusiasme, la felicitat, l'atracció, la creativitat, la determinació, l'èxit, l'ànim i l'estímul. Color cítric, s'associa a l'alimentació sana i a l'estimulació de la fam.



El violeta s'associa a la reialesa i simbolitza poder, riquesa, noblesa, luxe i ambició. El porpra representa la màgia i el misteri, també està associat a la saviesa, a la creativitat, a la independència i a la dignitat. Atès que és un color molt poc freqüent en la naturalesa, hi ha qui opina que és un color artificial.



El blanc s'associa a la llum, a la bondat, a la innocència, a la transparència, a la seguretat i, sobretot, a la puresa. En publicitat, el color blanc s'associa a la frescor i a la neteja.



El negre representa el poder, el prestigi, la serietat, la formalitat i l'elegància. Tot i que també s'associa a la mort, a la por, a la depressió i al misteri.

8. Alguns logos tenen un color propi, triat en moltes ocasions per les característiques del que representen. Busca informació sobre el que representen els logos següents. Després indica si té relació amb les sensacions que transmet el color triat i explica per què.

GREENPEACE

Greenpeace és una ONG ambientalista. El seu objectiu ecologista és protegir i defensar el medi ambient, motiu pel qual intervé en diferents punts del planeta.



Red Bull és una beguda energètica. Segons el fabricant, la beguda té un efecte revitalitzador i desintoxicant, així com també propietats que incrementen les capacitats físiques i potencien la velocitat mental.

IBM

International Business Machines Corp. (IBM) és una empresa multinacional nord-americana de tecnologia i consultoria molt coneguda. Fabrica i comercialitza maquinari i programari per a ordinadors, i ofereix serveis d'infraestructura, allotjament d'Internet i consultoria en una àmplia gamma d'àrees relacionades amb la informàtica.

007

L'agent 007 és un espia britànic fictici. Bond naix com un personatge fictici de la Guerra Freda, i persisteix molts anys després, com un mite de múltiples dimensions, convertit en una de les grans figures serials de la cultura de masses.



9. Perquè pugues comprovar els teus coneixements sobre l'estratègia utilitzada pels publicistes, et proposem que faces les activitats següents:

PROJECCIÓ 16 quadern

ANUNCI NÚM. 1

- Producte que es promociona: Aigua embotellada
- Marca del producte: LANJARÓN
- Tipus de necessitat o motivació del producte en el consumidor: Productes que satisfan les necessitats fisiològiques
- Grup d'individus a què va adreçat: De tipus cognitiu, ja que l'espot es fonamenta en la qualitat i en el caràcter saludable d'aquesta aigua.
- Color destacat: Blanc
- Missatge de l'anunci amb el qual volen captar compradors: Destaca la puresa de l'aigua (per això es recorre al color blanc). La confiança en el producte, ja que la mare l'ofereix al xiquet. Compara el caràcter saludable de Serra Nevada amb l'aigua, ja que s'extrau d'aquell paratge. Eslògan: "Lanjarón: sube a lo más puro".

PROJECCIÓ 17 quadern

ANUNCI NÚM. 2

- Producte que es promociona: Barra de llavis
- Marca del producte: SUPER STAY 24H DE MAYBELLINE NEW YORK
- Tipus de necessitat o motivació del producte en el consumidor: Productes que denoten un domini d'un mateix i del seu context
- Grup d'individus a què va adreçat: Per al sexe femení.
- Color destacat: Roig.
- Missatge de l'anunci amb el qual volen captar compradors: Destaca la resistència de la barra de llavis, el seu color intens i la hidratació, que arriba a durar tot el dia. Parla d'una nova fórmula que el fa tan peculiar, resistent als frecs, a l'estrés, a la humitat i, a més, no taca. Les qualitats que esmenta la veu en off apareixen escrites a la pantalla en color roig, com el dels llavis, fet que les reafirma. L'espot fa servir aquest color perquè transmet al consumidor passió, sensualitat i, fins i tot, una mica d'erotisme. Eslògan: "Cap altre dura més".

5. EL MÀRQUETING

10. Respon breument a les qüestions següents.

a. En què consisteix el màrqueting?

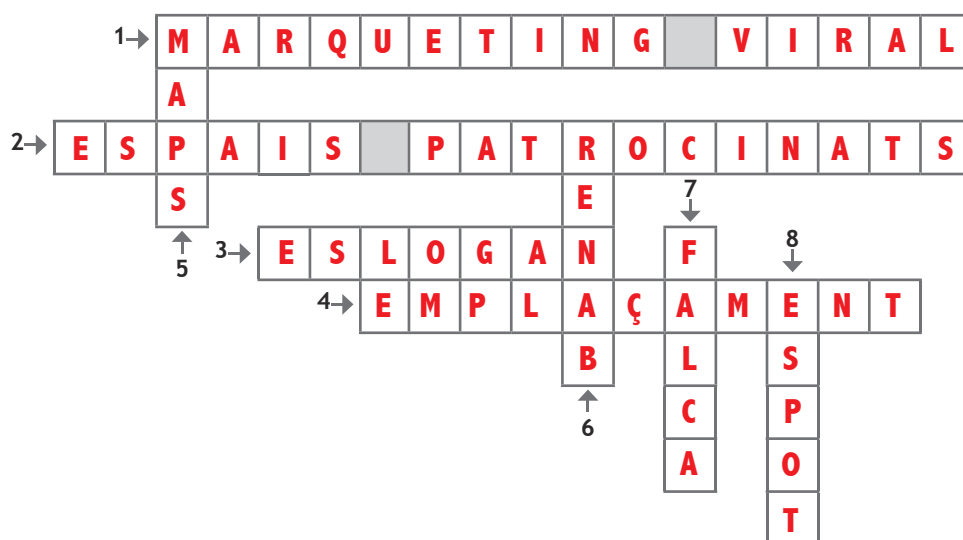
El màrqueting consisteix en un conjunt de tècniques encaminades a aconseguir crear productes que satisfacen les necessitats dels consumidors. Per fer-ho, cal analitzar els gustos dels consumidors, esbrinar quines necessitats i desitjos tenen, i desenvolupar, així, una sèrie de tècniques publicitàries destinades a influir en el seu comportament, amb l'objectiu que adquirisquen un determinat producte.

b. Enumera les formes per les quals es pot donar a conèixer un producte i explica-les breument.

A través de la televisió, es tracta d'un mitjà de comunicació molt estès i combina dos tipus de llenguatge: el sonor i el d'imatges. Per ràdio, encara que es necessita un bon eslògan i una música que capte l'atenció i que reforce el missatge. La publicitat estàtica, mitjançant cartells anunciadors en carreteres, carrers, estadis de futbol, etc., i que també es dona en les revistes, en els periòdics. La publicitat directa que es duu a terme mitjançant el lliurament personal d'un fullet d'un determinat producte.

11. Completa els mots encreuats i trobaràs els formats de publicitat més habituals en els diferents mitjans.

1. Format de publicitat que utilitza l'efecte de "xarxa social" creat per Internet i pels serveis de telefonia mòbil amb l'objectiu d'arribar a una gran quantitat de persones ràpidament.
2. Se solen reproduir al començament i al final d'un programa i fan referència a la marca que el patrocina.
3. Frase breu i fàcil de recordar amb l'objectiu de cridar l'atenció del públic.
4. Consisteix en la inserció d'un producte de manera dissimulada per part dels personatges protagonistes d'una sèrie de televisió, d'una pel·lícula, etc.
5. Format publicitari que consisteix a enviar missatges de correu electrònic.
6. Pancarta de publicitat que apareix de forma horitzontal en la pantalla de l'ordinador.
7. Breus anuncis intercalats entre programes radiofònics.
8. És el format més usat de la televisió per a la publicitat, sol ser de durada breu.



6. L'ÚS DE LA MÚSICA EN LA PUBLICITAT

6.1. FUNCIONS DE LA MÚSICA EN LA PUBLICITAT

12. La música té una funció específica dins d'un espot publicitari. Explica breument per què són importants cadascuna d'aquestes funcions.

a. Reforça el contingut de l'anunci. _____

L'objectiu principal és destacar o reforçar els continguts anunciats. Juntament amb les paraules i les imatges, la música té un paper fonamental en els elements necessaris d'un espot publicitari.

b. Ajuda a memoritzar el missatge i el producte. _____

L'eficàcia d'un anunci depèn de la capacitat que té de quedar en el record del consumidor i, de vegades, la música de l'espot ens fa recordar el producte. Amb aquesta intenció, la major part de la música destinada a la publicitat respon a estructures senzilles i fàcils de retenir.

c. Capta l'atenció de l'oient i desperta interès en el missatge. _____

Serveix per a captar l'atenció del consumidor des del primer moment, i així despertar el seu interès cap al missatge.

d. Facilita la discriminació del públic objectiu. _____

Serveix per a discriminar els grups de població als quals s'adreça la publicitat. Segons el públic (edat, classe social, estil de vida...) variarà l'estil musical seleccionat per a cada publicitat.



6.2. TIPUS DE MÚSICA USATS EN LA PUBLICITAT**6.2.1. Música original**

13. La música original és aquella que es crea expressament per a un anunci publicitari concret i n'hi ha de diversos tipus. Completa amb les paraules corresponents.

JINGLE / CANÇÓ ORIGINAL / MÚSICA GENÈRICA / BANDA SONORA

- a. Té la funció de donar suport a les imatges i emfasitzar al missatge publicitari. Aquest ús de la música és proper al que se'n fa en el cinema BANDA SONORA
- b. Són cançons publicitàries, la lletra parla del producte anunciat.
JINGLE
- c. Es creen expressament per als anuncis, però no tenen per què parlar del producte o de la marca.
CANÇÓ ORIGINAL
- d. És com una música que identifica el producte, però instrumental, és a dir, sense lletra.
MÚSICA GENÈRICA

14. Els anuncis publicitaris següents contenen una música original composta expressament per a l'ocasió. Sabries dir de quin tipus de música es tracta en cada cas?

PROJECCIÓ 18 quadern

MÚSICA GENÈRICA

PROJECCIÓ 19 quadern

JINGLE

PROJECCIÓ 20 quadern

CANÇÓ ORIGINAL

PROJECCIÓ 21 quadern

BANDA SONORA



6.2.2. Música manllevada o preexistent

15. La música manllevada o preexistent és aquella que ja existeix amb anterioritat. D'entre els diversos tipus que n'hi ha, escriu el que correspon a cada enunciat.

COVER / ADAPTACIÓ / FONO / MÚSICA D'ARXIU

- a. En l'anunci s'inclou una cançó original sense cap tipus de modificació. FONO
- b. Són cançons que es poden adquirir lliurement o amb un cost molt baix pel fet que la data dels drets d'autor ha prescrit.
MÚSICA D'ARXIU
- c. Es tracta de versions molt semblants a les creades per l'autor o pel compositor. COVER
- d. És una versió modificada d'un tema conegut, amb variacions en la música o en la lletra.
ADAPTACIÓ



16. Els anuncis publicitaris següents contenen una música no original, és a dir, que ja existeix amb anterioritat. Sabries dir de quin tipus de música es tracta en cada cas?

PROJECCIÓ 22 quadern

MÚSICA D'ARXIU // Música: "Casta Diva" de l'òpera Norma de V. Bellini

PROJECCIÓ 23 quadern

ADAPTACIÓ // Música: "Eye Of The Tiger" de Survivor

PROJECCIÓ 24 quadern

COVER // Música: "Libre" de Nino Bravo

PROJECCIÓ 25 quadern

FONO // Música: "Changes", és un tema del duo parisenc Faul & Wad Ad.





17. Ara ens introduïrem en el món dels publicistes. Per fer-ho, triarem un producte de cadascuna de les audicions seleccionades; abans, però, haurem de tenir en compte algunes consideracions.

Audició 43 *Resposta lliure. Música: “Vals de les flors” de Txaikovski*

- a. Tipus de públic a què pot atraure aquesta audició. _____
- b. Quin producte promocionaries amb aquesta música? _____
- c. Inventa un nom o marca per al producte. _____
- d. Crea un eslògan per al producte.

- e. Inventa un argument per a l'anunci.

- f. Fes una descripció de com serien els personatges i la posada en escena.



Audició 44 *Resposta lliure. Música: “Golden Skans” de Klaxons*

- a. Tipus de públic a què pot atraure aquesta audició. _____
- b. Quin producte promocionaries amb aquesta música? _____
- c. Inventa un nom o marca per al producte. _____
- d. Crea un eslògan per al producte.

- e. Inventa un argument per a l'anunci.

- f. Fes una descripció de com serien els personatges i la posada en escena.



18. Com a resum del que s'ha explicat en la unitat, fes l'anàlisi d'un anunci publicitari basant-te en els punts següents:

PROJECCIÓ 26 quadern "Anàlisi d'un anunci publicitari"

- ✓ Mitjà de difusió a través del qual té lloc l'anunci (ràdio, televisió, tanques publicitàries, etc.): **TELEVISIÓ**
- ✓ Durada de l'espot: **00:20 minuts**
- ✓ Producte: *Cadena d'establiments de grans superfícies, dedicada a la venda d'electrodomèstics, informàtica bàsica i electrònica.*
- ✓ Marca: **MEDIAMARKT**
- ✓ Eslògan: **MEDIAMARKT YO NO SOY TONTO**
- ✓ Motivacions per a consumir el producte (fisiològiques, de seguretat, prestigi...):
Productes que reafirmen la satisfacció d'un mateix. Aquesta cadena ven productes que "milloren la nostra qualitat de vida" com rentadores, ordinadors, mòbils...
- ✓ Grup de persones a què s'adreça (nous consumidors, d'hàbits determinats, cognitiu...):
Dirigit a un consumidor econòmic, que busca les ofertes i que sol ser conformista amb els productes.
- ✓ Sexista (sols per a homes, sols per a dones, per a tots dos sexes):
Indistint
- ✓ Edat (per a xiquets, per a joves, adults, majors...): *Per a persones adultes en general, encara que també té productes per a joves.*
- ✓ Colors que utilitza (connexió dels colors usats amb el missatge):
El roig és el color que sol utilitzar de fons en la seua publicitat, tant de televisió com l'estàtica.
- ✓ Imatge que presenta/impressió que provoca (agradable, propera a la realitat, fantàstica...):
Usa una imatge desenfadada i còmica. Al començament, un home cau al terra quan tracta de recolzar-se en una rentadora, tot simulant que s'enduen tan ràpidament els productes que pràcticament desapareixen de l'establiment.
- ✓ Música (estil clàssic, pop, electrònica/original, preexistent...):
Es tracta de la cançó "Happy birthday", però en una versió rockera. Per tant, es tracta d'una adaptació de la cançó original (preexistent). Aquesta música la incorporen a l'anunci amb motiu del seu desé aniversari.
- ✓ Raons per les quals s'ha d'adquirir el producte:
La raó principal és el bon preu dels productes. La veu en off diu que són els superendes de Mediamarkt, els que més es vénen a preus increïbles.

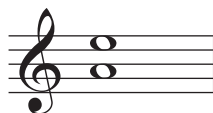
19. Ara que ja domines totes les estratègies publicitàries, et proposem que crees un anunci publicitari d'acord amb les condicions indicades (pots triar qualsevol de les dues propostes). També pots fer-ne un de lliure elecció.

- a. Període anual en què s'enquadra: festes de Nadal/vacances d'estiu
- b. Tema: lliure, encara que relacionat amb aquestes dates i que responga a la promoció d'un producte de consum per a aquest moment
- c. Durada de l'espot: mínim 2 minuts, màxim 4 minuts
- d. Format de presentació: pot realitzar-se en format per a ser publicitat en ràdio o en format per a televisió
- e. Música a usar: clàssica/pop
- f. Explicació dels detalls següents:
 - a) edat i sexe del públic a què s'adreça
 - b) caràcter de l'anunci
 - c) eslògan
 - d) especificació de les característiques del producte d'acord amb l'orde de prioritats
 - e) grup d'individus al qual va adreçat
 - f) explicació del "llenguatge del color" usat (en cas d'imatge)

Resposta lliure.

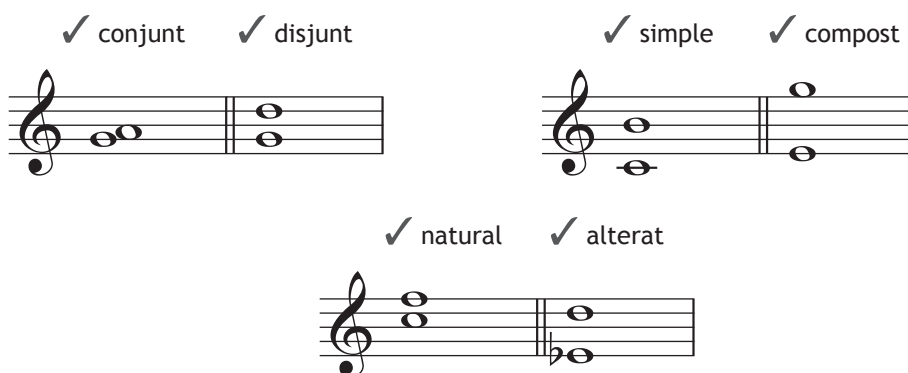
BLOC 3 CREACIÓ MUSICAL

Entre les notes de diferent nom i entonació que sonen simultàniament (és a dir, les dues alhora) també hi ha una distància. Aquest tipus d'interval s'anomena **interval harmònic** i es qualifica de la mateixa manera que els melòdics:



una 5a

Segons quina siga la segona nota que forma l'interval harmònic, pot ser:



Quan a aquestes dues notes que formen un interval harmònic n'afegim una altra més, formem un **acord**. Ací tens un exemple de com es construeix:



Aquesta emissió de diversos sons (com a mínim 3) al mateix temps es denomina **acord**.

Els acords han d'estar formats com a mínim per 3 sons, però hi ha acords amb 4, 5, 6 o més notes.

Els **acords clàssics** estan formats per terceres superposades comptades a partir de la nota generadora de l'acord (que s'anomena fonamental) i els sons d'un acord es compten de la nota més greu a l'aguda.

L'acord **format per 3 notes** s'anomena **acord de tríada**.

Per construir aquest tipus d'acords, col·loquem primer la nota fonamental en la part més greu. Tot seguit, damunt d'aquesta situarem les altres 2 notes de l'acord (la 3a i la 5a), tenint en compte que entre cadascuna ha d'haver-hi una distància de 3a.

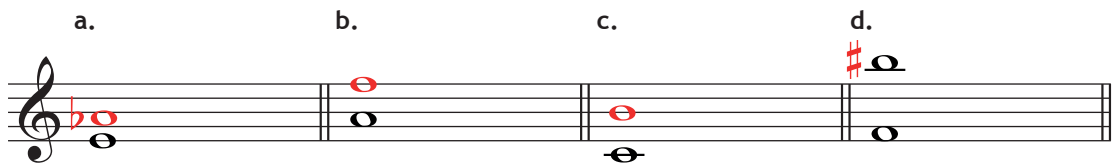


1. Escriu la segona nota perquè resulte un interval harmònic, alterat, simple, conjunt.



2. Escriu la nota que falta perquè resulten els intervals harmònics següents:

- a. 4a, alterat, disjunt i simple
- b. 6a, disjunt, natural i simple
- c. 7a, simple, natural i disjunt
- d. 11a, compost, alterat, disjunt



3. Ratlla les respostes incorrectes.

- a. L'emissió de diversos sons al mateix temps (com a mínim 3) s'anomena **simfonia** / acord.
- b. La nota fonamental d'un acord és la més **aguda** / greu de les tres.
- c. Els acords es formen a partir de la nota fonamental a distància de **cinquena** / tercera.
- d. Els sons d'un acord s'organitzen de forma **vertical** / horitzontal.
- e. L'acord format per 3 notes s'anomena acord de **trió** / tríada.

4. Escriu acords de tríada prenent com a fonamental la nota que apareix.



5. Escriu acords de tríada sabent que la nota que apareix és la cinquena de l'acord.



6. Escriu acords de tríada sabent que la nota que apareix és la tercera de l'acord.





AUDICIONS

Unitat 1

Audició 1	<i>Rinaldo</i> (ària), G. F. Haendel
Audició 2	Instrumentació òpera 1
Audició 3	Instrumentació òpera 2
Audició 4	Instrumentació òpera 3
Audició 5	Melodia òpera 1
Audició 6	Melodia òpera 2
Audició 7	<i>Idomeneu, rei de Creta</i> , W. A. Mozart
Audició 8	<i>Les noces de Figaro</i> , W. A. Mozart
Audició 9	<i>La Revoltosa</i> , R. Chapí
Audició 10	Instrumentació sarsuela 1
Audició 11	Instrumentació sarsuela 2
Audició 12	Instrumentació sarsuela 3
Audició 13	<i>Dansa dels bessons</i> , República Centreafricana
Audició 14	Musical 1
Audició 15	Musical 2
Audició 16	Musical 3
Audició 17	Musical 4
Audició 18	Musical 5
Audició 19	Musical 6

Unitat 2

Audició 20	<i>Psicosi</i>
Audició 21	<i>Ghost</i>
Audició 22	<i>Walt Disney</i>
Audició 23	<i>Superman</i>
Audició 24	<i>La vida és bella</i> 1
Audició 25	<i>La vida és bella</i> 2
Audició 26	<i>La vida és bella</i> 3
Audició 27	<i>La vida és bella</i> 4
Audició 28	<i>Shine</i>
Audició 29	<i>Parc Juràssic</i>
Audició 30	<i>Les choristes</i>
Audició 31	<i>Braveheart</i>
Audició 32	<i>Iron man</i>
Audició 33	<i>Rocky</i>
Audició 34	<i>2001, una odissea de l'espai</i>
Audició 35	<i>La llista de Schindler</i>
Audició 36	<i>Cançó de bressol</i> , Brahms
Audició 37	<i>Marxa nupcial</i> , Mendelssohn
Audició 38	<i>Marxa fúnebre</i> , Chopin
Audició 39	<i>Llums d'escena</i> , Charlie Chaplin
Audició 40	<i>Els deu manaments</i>
Audició 41	<i>L'home del braç d'or</i>
Audició 42	<i>Ciutadà Kane</i>
Audició 43	<i>Indiana Jones</i>
Audició 44	<i>La Guerra de les Galàxies</i>
Audició 45	<i>Taurons</i>
Audició 46	<i>Harry Potter</i>
Audició 47	<i>Batman</i>
Audició 48	<i>Braveheart</i>
Audició 49	<i>Pulp Fiction</i>
Audició 50	<i>Stargate</i>
Audició 51	<i>Veu</i> 1



- Audició 52** Veu 2
Audició 53 Veu 3
Audició 54 Veu 4
Audició 55 Veu 5

Unitat 3

- Audició 1** Amen
Audició 2 Go Down Moses
Audició 3 Honey, Honey, Ray Charles
Audició 4 Roda de blues
Audició 5 Concert per a piano núm. 5, Beethoven
Audició 6 Vals núm. 7, Chopin
Audició 7 Maple Leaf Rag, S. Joplin
Audició 8 High Society, King Oliver's Creole Jazz Band
Audició 9 Sugar Foot Stomp, Kid Ory
Audició 10 Tiger Rag, Original Dixieland Jazz Band
Audició 11 What a Wonderful World, Louis Armstrong
Audició 12 In the Mood, Glenn Miller
Audició 13 Slow Boat to China, Charlie Parker
Audició 14 Cool Jazz, Miles Davis
Audició 15 Trompeta
Audició 16 Trombó
Audició 17 Trompeta amb sordina
Audició 18 Trombó amb sordina
Audició 19 One for Daddy, Cannonball
Audició 20 First Take, Ornette Coleman
Audició 21 Mission to Moscow, Benny Goodman
Audició 22 Maple Leaf Rag, S. Joplin
Audició 23 Blue in Green, Miles Davis
Audició 24 Crazeology, Parker & D. Gillespie
Audició 25 Moanin, Charles Mingus
Audició 26 Vulcan Worlds, Chick Corea & Al Di Meola
Audició 27 Just the Two of Us, George Benson
Audició 28 Intro, Tito Puente
Audició 29 Lincoln Center Orchestra & Wynton Marsalis
Audició 30 St Germain & Herbie Mann
Audició 31 Far Away, Bill Frisell
Audició 32 Cotton Club, Wayne Horvitz
Audició 33 Cotton Vostok, Triosk
Audició 34 B-Boy, Crown City Rockers
Audició 35 Una noche en el Central, Pedro Iturralde
Audició 36 Spain, M. Camilo & Tomatito
Audició 37 Rhapsody in Blue, G. Gershwin



Unitat 4

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



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

Unitat 5

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

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

Unitat 6

Audició 41	Falca publicitaria
Audició 42	Espai patrocinat
Audició 43	Quadern activitat 17
Audició 44	Quadern activitat 17

