



Música i publicitat



Per què la publicitat i la seua música en l'educació?

- Aquesta proposta didàctica fica a l'alumnat com a **consumidor crític** de la publicitat mitjançant l'**escolta activa**, l'**anàlisi** i l'**edició d'espots publicitaris**.
- La **publicitat** és un recurs molt poderós per a treballar continguts de diverses àrees. La qualitat i el disseny dels missatges audiovisuals i en concret dels espots publicitaris, tenen un gran atractiu per a l'alumnat. Els processos de percepció i creació podran ser explorats mitjançant la pràctica a l'aula o, com en aquesta situació, **en casa**.
- La publicitat integra tots els elements multimèdia i, per tant, els diferents llenguatges de la comunicació; **la paraula, la imatge i el so**. En el seu desenvolupament es contemplen tant els **aspectes psicològics i expressius**, com els **estètics i formals**. El procés de creació i el producte final constitueix un model de "**tasca integral**" pròxim al treball per competències.
- D'altra banda, les **TIC** faciliten el desenvolupament de tasques de creació o edició d'espots publicitaris amb les possibilitats que això implica.
- Es dirigeix a la consecució d'objectius generals d'etapa relacionats amb l'**autonomia** i la **socialització** amb una metodologia original i atractiva.

La música és una poderosa eina amb la qual la imatge adquireix significat i serveix com a expressió de sentiments. A més a més, juntament a la informació i valors, produeix una estimulació extraordinària.

És fonamental entendre tots els processos d'escolta en relació amb la publicitat com un procés d'**escolta activa, analítica i crítica**.



Embrace Life - always wear your seat belt



Música i publicitat

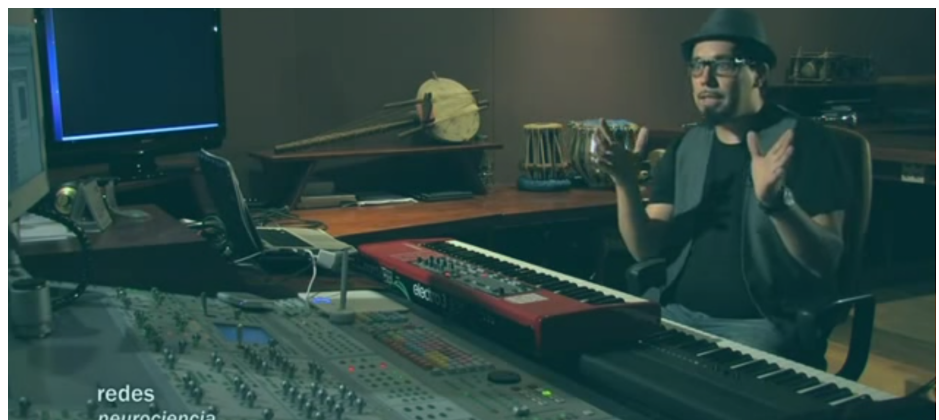
En dotar a l'espot publicitari de complements com la imatge, la veu en *off* o el text, el seu sentit s'unifica i arriba a tenir un sentit universal. La funció principal de la música en la publicitat és la **fixació en el record**.



Qualitats musicals i el seu impacte en l'escolta:

- La **tessitura aguda i la tonalitat major** ens produeix la sensació de claredat, i això ho relacionem amb expressions agradables.
- Si la **tonalitat és menor** la relacionem amb expressions d'afflicció.
- Els sons de **tessitura greu** produeixen, en **mode major**, sensacions de tranquil·litat, paciència, desig, honor, orgull, etc. i en **modo menor** torbació, temor, desànim, sospita, cansament, etc.
- Els **sons extrems** (molt greu / sobreagut) amb harmonia atonal produeixen sensació de terror, pesar, maldat, etc.
- El **moviment ràpid** produeix excitació.
- Per descomptat cap estat d'ànim, trist o alegre, superficial o profund, divertit o somiador pot ser evocat per característiques de so aïllat, dependrà més bé, en general, del gir melòdic, de l'harmonia, del ritme, del moviment, dels matisos dinàmics, és a dir, del conjunt de la construcció del fragment musical.

Per saber més de com la música pot influenciar i produir en nosaltres un sentiment determinat, mireu aquest vídeo. Realment podem provocar en els oients diverses reaccions amb una determinada música.



Música, emociones y neurociencia // REDES


Música i publicitat

Música Diegètica i Música Incidental




Existeixen dos tipus fonamentals de música que acompanyen la imatge:

- **Música diegètica:** és aquella que ha estat composta per a il·lustrar una imatge cinematogràfica, en la qual existeix una font visible d'emissió de sons (un tocadiscs, una orquestra de ball, un violinista, etc.). La música composta per a il·lustrar una seqüència d'aquestes característiques **ha de contenir, necessàriament, l'objecte emissor o els instruments que figuren en la imatge.**

 [Spot - VISA // Música: 'Life on Mars' \(David Bowie\).](#)



- **Música no diegètica / incidental:** la seua composició no està subjecta a la presència en la pantalla de cap font sonora. Per consegüent, el compositor gaudeix de llibertat en l'elecció de la plantilla instrumental. La música no diegètica té com a finalitat principal subratllar el caràcter poètic i/o expressiu de les imatges projectades.

 [Spot - Levi's 2002 Odysee // Música: Sarabande \(Haendel\).](#)

Altres recursos sonors

- **Efectes** com el soroll del vent, pluja, trànsit, grills, el *tic tac* d'un rellotge, passes lentes, etc. Normalment produeixen tensió.
- **El silenci** pot ser subjectiu amb intenció emocional o amb intenció d'expectació.

El jingle musical

El *jingle* és un anunci cantant les característiques del producte o servei, i el seu objectiu principal és cridar l'atenció de la gent. D'aquesta manera s'aconsegueix que la marca i/o el producte siga fàcilment recordada per les persones. Per tal que el *jingle* siga molt més efectiu, s'inclou un eslògan de la marca o es repeteix una frase.

L'eficàcia d'un *jingle* és essencial perquè ha d'imprimir-se en la memòria de qui ho escolta. Per aquesta raó ha de ser clar, curt i fàcilment identificable per a poder-se distingir aviat.

Mostrem alguns exemples de *jingles* històrics:

 [Jingle // Nocilla](#)

 [Jingle // Cola-Cao](#)

 [Jingle // Bic](#)

Música i publicitat

Veu en off

Veu del narrador o personatge central. Contacte afectiu directe. Aparenta dirigir-se directament a l'oïdor.

 [FENOSA// El contarto Tierra](#)


Logos musicals

Petits fragments musicals que serveixen com a identitat corporativa sonora per a l'oient que el relaciona amb la marca i reforça el seu record.

 [Logos musicales](#)



Alguns espots publicitaris aconseguen fusionar un missatge crític amb una deliciosa estètica. Tot emfatitzat per una música adequada. La clau està en la correcta combinació dels elements.

 [Acto I. Alma. Estrella Damm 2019](#)

 [Acto II. Amantes. Estrella Damm 2019](#)

APLICACIÓ DIDÀCTICA

Els diversos **llenguatges de la música** en mitjans audiovisuals **és un contingut curricular** de la especialitat de música. Però no hem de conformar-nos amb un coneixement conceptual d'aquest tema. Més aviat hem de centrar-nos en les **possibilitats** que aquest tema ofereix metodològicament, des de l'**anàlisi dels espots publicitaris** per a extreure totes les seues característiques fins a la creació audiovisual dels propis anuncis.

L'edició d'espots ofereix la possibilitat d'enriquir-los amb l'**edició de música** pròpia o existent, per a poder emfatitzar emocions i significats o fins i tot canviar-los.

Podem destacar també el potencial creatiu de la **creació d'espots, jingles i logos musicals** o la **representació teatral** de propostes existents o pròpies.

Proposta #01 Anàlisi musical

Classificació dels tipus de música en la publicitat. Reconeixement, associació i anàlisi de música d'anuncis i les seues característiques musicals.

Pots descarregar-te un model d'activitat d'anàlisi musical a partir de la visualització i escolta. "Música i publicitat" [Anna Alonso Marzo](#)



▶ APLICACIÓ DIDÀCTICA

Proposta #02 Edició d'espots

Utilització de programes d'edició de vídeo i àudio per a la manipulació d'espots publicitaris.

Porposem el **canvi de música a un spot** amb l'objectiu de canviar el sentit del missatge.

Fica atenció a com la lletra de la cançó descriu en moltes ocasions l'escena visual

Programa lliure // **OpenShot** (o similar)



tutorials

Exemple de canvi de música a un spot



original



modificat

i ara... quin és l'espot original



Nike #01



Nike #02



Nike #03



Nike #04



Port Aventura #01



Port Aventura #02



Seqüència didàctica

1. Investigació // Selecció d'un espot publicitari.
2. Descàrrega de l'espot en el teu ordinador (trobaràs diversitat de plataformes per internet per fer-ho).
3. Investigació // Selecció de nova música per a l'espot anterior. Pensa si vols canviar el sentit del missatge, ajustar a l'atmosfera de les escenes o transmetre un missatge crític.
4. Edició. Pots complementar amb veu en off i/o text. Programari lliure // OpenShot (vídeo) Audacity (àudio)
5. Exporta el teu producte i avalua el resultat per tal de poder fer canvis per tal de millorar-lo.



"Música i publicitat"

RECURSOS ARTISTICOEXPRESSIUS D'ESTAR PER CASA

Elaborat per Roberto García Gontán per al CEFIRE Artísticoexpressiu

Subdirecció General de Formació del Professorat. Conselleria d'Educació, Cultura i Esport

Baix llicència Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

garcia_robgon@gva.es
