



GUIA DE MÚSICA
SEGUNDO MEDIO
Profesor Antonio Oliva

Nombre: _____

Fecha: _____

UNIDAD 1: Música y tradición.

OBJETIVO: Valorar críticamente el rol de los medios de registro y transmisión en la evolución de la música en diferentes periodos y espacios históricos.

La música es una manifestación tan característica del ser humano, que podríamos afirmar que ha estado presente desde que el hombre es hombre. Además es un fenómeno complejo y diverso que ha mostrado numerosas y muy distintas formas y estilos, y ha desempeñado variadas funciones hasta abarcar casi todos los ámbitos de la vida del ser humano.

1.-**Comunicación:** la música es un vehículo privilegiado para la comunicación de sentimientos, experiencias o conocimientos. Es un recurso nemotécnico muy útil, con un importante papel en la educación y la continuidad de la cultura.

2.-**Socialización:** la música es un acto social que integra a los miembros de una comunidad. Facilita la exteriorización de emociones para compartirlas con los demás, nos une y nos da equilibrio personal y colectivo.

3.-**Diversión:** qué duda cabe de que la música es divertida. El ocio está muy ligado a lo musical: el baile, la radio, televisión, cine, videojuegos... la música está presente en todos ellos y potencia nuestra capacidad para percibir, sentir y disfrutar.

Tipos de Música para Publicidad

Música Ambiental: Música que otorga una sensación de relajación. Por lo general se utiliza en aeropuertos, salas de espera, ascensores, etc.

Música Incidental: Música netamente instrumental, creada para acompañar una escena y dar énfasis al drama u otras situaciones representadas.

Música Publicitaria: Música compuesta o intervenida para promocionar un producto, marca o evento.

a) Jingle	Pieza cantada que es compuesta para anunciar un producto, marca o un evento.
b) Logo Musical	Pieza breve e instrumental que define a una marca, producto o evento.
c) Cover	Grabación casi igual a la original. Se cambia el estilo pero no la forma y el texto de la versión original.

d) Adaptación	Tema conocido al cuál se le cambia la letra para reemplazarla por alguna frase que defina o describa al producto o marca a publicitar.
e) Fono	Grabación original. Se utiliza parte de la obra compuesta sin cambio alguno a la versión grabada por el intérprete original.
f) Librería Musical	Música compuesta para acompañar productos audiovisuales que se encuentran disponibles en bibliotecas de agencias publicitarias o radios. Muchos de estos archivos sonoros son de dominio público.

ACTIVIDAD.-

1. Escucha atentamente comerciales publicitarios **ELEGIDOS POR TI** (audiciona), y clasifica cada obra musical según la función que cumple en la vida de las personas; según los **Tipos de Música para Publicidad**, de acuerdo al cuadro que se expone.

2. En los cuadros que están a continuación, debes escribir y colocar el nombre del comercial y casa de venta a la que pertenece y clasifícalos.

1.-	2.-	3.-
4.-	5.-	6.-

EVALUACIÓN: En la entrega de la guía de desarrollo, deben estar todos los cuadros con los nombres de las casas comerciales y la clasificación que corresponda a cada una de ellas, (si es Cover, Logo musical, Fono, etc.), la que será presentada en el colegio cuando sea requerida.