

La música en la publicidad

Jordi Lalanza



Universitat Autònoma de Barcelona

Dr. David Roca



La música como descripción

- Elementos a tener en cuenta:
 1. Ritmo (armónico – rítmico)
 2. Instrumentos
 3. Estilo musical
- Leitmotiv: (Richard Wagner) motivos musicales asociados a personajes y/o situaciones del comercial.
- Relación música - imagen

Caso 1

- [anuncis\YouTube - Publicidad de Pepsi - Pepsi.mpeg](#)
- Inicio: sonidos de instrumentos de banda. Bienvenidos, fiesta. Cambio de música: invitación (recurso de la dominante de la tonalidad – estilo musical época clásica).
- Desarrollo: Tema con formación de banda de pueblo (leitmotiv jugadores invitados y leitmotiv jugadores locales? - refuerzo rítmico)
- Desenlace final: mismo, no hay cambios

Caso 2

- <C:\Documents and Settings\JORDI\My Documents\My Music\Sin título - 13-11-08>
- Wolfgang Amadeus Mozart – sonata para piano K331 “alla turca”, pianoforte - Andreas Staier
- <anuncis\YouTube - Spot Audi S3 quotIn crescendoquot botellas cristal.mpeg>
- Inicio: notas sueltas como presentación del tema musical (motivo musical)
- Desarrollo: Obra musical de Mozart (cambio rítmico del motivo) sin repetición de la parte A (cortada) y **acelerando** en la parte B. Violín intervalo de octava cuando no suena música.
- Desenlace final: escala ascendente intervalo de octava de dominante, nota final tónica (principal de la tonalidad).

Caso 3

- [C:\Documents and Settings\JORDI\My Documents\My Music\Sin título - 13-11-08\01 - Pista 1\(1\).mp3](C:\Documents and Settings\JORDI\My Documents\My Music\Sin título - 13-11-08\01 - Pista 1(1).mp3)
- Hungarian Rhapsodia num. 2 de Franz Liszt . Piano, Georges Cziffra
- <anuncis\YouTube - Publicidad Vofadone quotPianoquot.mpeg>
- Concepto de libertad en la música (Franz liszt – virtuosismo pianístico)

Friska (del [húngaro](#): *friss*, fresco, pronunciado "frish") es un término musical utilizado para describir la parte rápida del [csárdás](#), una danza folclórica húngara, y de la mayoría de las [Rapsodias húngaras](#) de [Franz Liszt](#), que toman forma de estas danzas. Generalmente, la parte *friska* es de tono turbulento o jubiloso.

Caso 4

- [anuncis\YouTube - sonidos de la ciudad rep dominicana.mpeg](#)
- Fusión imágenes con música: presentación de los distintos personajes del comercial dentro del ritmo de la música.
- Identificación clara de los motivos musicales con las tareas del trabajo realizado (Ej. Freidora dentro de la música).
- Ritmos y melodías identificativas con Caribe

La música en la publicidad

JORDI LALANZA

jordilalanza@hotmail.com

MUCHAS GRACIAS



Dr. David Roca



Universitat Autònoma de Barcelona