

Ámbito Social

Módulo III

Bloque 3: Contextos musicales y referentes artísticos

Unidad Didáctica 7: La imagen y la música

Módulo III

Bloque 3

Unidad 7

Bloque III: Contextos musicales y referentes artísticos

Unidad Didáctica 7: La imagen y la música

¿Te imaginas el mundo actual sin música ni imágenes?

Tanto la imagen como la música tienen un lenguaje propio.

Existen por sí solas, pero al mismo tiempo son imprescindibles en el cine, la televisión, la publicidad, los juegos electrónicos etc. Están presentes en muchas actividades de la vida cotidiana.

Índice

1. LA IMAGEN Y SUS FUNCIONES	4
1.1. La imagen en los medios de comunicación	4
1.2. La imagen en la publicidad	6
2. LA IMAGEN Y EL LENGUAJE AUDIOVISUAL	8
2.1. El lenguaje cinematográfico	8
2.1.1. El plano	9
2.1.2. Los movimientos de la cámara	12
2.1.3. El montaje cinematográfico	13
2.2. El equipo técnico	13
3. LA MÚSICA CULTA	15
3.1. El lenguaje musical	15
3.2. Principales movimientos y estilos	16
4. LA MÚSICA POPULAR	19
4.1. El folclore	19
4.2. La música popular	20
4.3. La música en el cine y la televisión	21
5. EL PATRIMONIO ARTÍSTICO Y SU CONSERVACIÓN	23
6. GLOSARIO	24
7. EJERCICIOS DE EVALUACIÓN	25
8. SOLUCIONES A LOS EJERCICIOS DE AUTOCOMPROBACIÓN.	26
9. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA.	26

1. La imagen y sus funciones

¿Una imagen vale más que mil palabras? La imagen es parte de un proceso de comunicación, necesita un emisor, un receptor y un canal de comunicación. Existe un lenguaje visual. A nuestro alrededor hay multitud de imágenes, cada una de ellas posee un significado y tiene una función.

La comunicación visual es uno de los lenguajes más poderosos, capaz de transmitir conocimientos e ideas. Se utiliza en diferentes medios de una manera eficaz. Mientras las letras, las palabras y las frases son los elementos básicos del lenguaje escrito, el signo, la línea, el volumen y el color lo son del lenguaje visual. Los mensajes visuales son rápidos y de lectura inmediata, permiten comunicarse a personas de distintos países con idiomas diferentes. El lenguaje visual lo podemos aplicar en varios medios, desde el artístico a la información, pasando por la publicidad, el cine, la televisión, el comic, la fotografía, las páginas web...

En nuestra sociedad, en un día cualquiera, podemos procesar miles de imágenes. En nuestro domicilio disponemos de televisores, ordenadores, teléfonos móviles, consolas, cámaras de fotos que nos aportan constantemente imágenes.

La imagen tiene el poder de comunicar, informar, distraer,... A veces los mensajes están ocultos y hay que saber interpretar las imágenes, Además puede ser manipulada para conseguir mayor valor expresivo, muy habitual en la publicidad.

1.1. La imagen en los medios de comunicación

Las funciones más importantes que deben cumplir las imágenes en la prensa son: **Informativa, Documental, Simbólica, Ilustrativa y Humorística.**

La imagen siempre se utilizó en los medios de comunicación como ilustración de la noticia, o como elemento fundamental. Antes de la invención de la fotografía, en los periódicos, se utilizaba la ilustración y el dibujo como complemento de la información. A partir de finales del siglo XIX, la fotografía comenzó a usarse en la prensa diaria (en 1880 un periódico estadounidense inserto por primera vez una fotografía) como medio representativo y objetivo de un hecho. En todas las redacciones de los periódicos tiene un importante papel el **reportero gráfico o fotógrafo**. La fotografía periodística busca captar el suceso, el acontecimiento. A partir del último tercio del siglo XIX y, sobre todo, con el descubrimiento del color, es cuando la fotografía se va a incorporar como un elemento informativo frecuente en la prensa. Surgió la figura del reportero gráfico profesional como un periodista que comunica con la imagen, de forma visual. Han tenido especial significado como testigo de los conflictos que han existido. Desde los comienzos del siglo XX, nos hemos informado y estremecido con las imágenes que estos periodistas han captado con sus cámaras durante la Guerra Civil española, o las dos guerras mundiales.

Hoy seguimos pudiendo ver en los periódicos fotografías que por sí solas se convierten en noticia acompañadas, cada vez más frecuentemente, por diseños gráficos impactantes, infografías que nos explican conceptos difíciles de describir por escrito. La llegada de internet supuso una auténtica revolución en el periodismo gráfico, en los acontecimientos que suceden en nuestro siglo, desde los atentados del 11-S, la Guerra de Irak o el tsunami en el Océano

Índico tuvieron una gran repercusión en el fotoperiodismo. Tenemos de estos acontecimientos, y de cualquier otro de este siglo, gran cantidad de material informativo, esquemas, infografías, animaciones, vídeos...

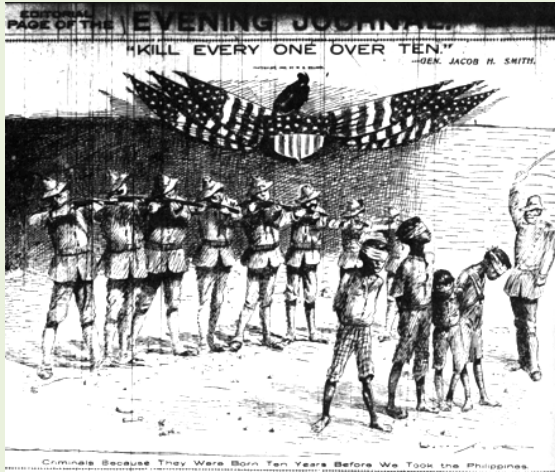


Imagen 1. Ilustración de la Guerra de Filipinas
Fuente: Enciclopedia Wikipedia



Imagen 2. Fotografía de Gerda Taro
Fuente: Periódico Público.



Imagen3. Infografía terremoto Fukushima
Fuente: www.wikipedia.org



Imagen 4. Guerra de Irak.
Fuente: www.wikipedia.org

A partir de mediados del siglo XX con la llegada de la televisión, un nuevo medio de comunicación audiovisual de masas toma el protagonismo. **La televisión** comunica mensajes variados, informativos, formativos, lúdicos y publicitarios. El lenguaje que emplea es muy parecido al cinematográfico. La televisión es el medio de comunicación social más influyente de hoy en día. Ejerce una gran influencia sobre los espectadores, sus costumbres, sus ideas y unifica las conductas de los habitantes de distintos países. Se habla de una americanización de la forma de vida por la difusión e influencia de las series de televisión de EEUU en el mundo.

El lenguaje televisivo se caracteriza por el texto, la imagen y el sonido. Sus elementos son: el **guión**, es el texto escrito que conforma lo que va a ser el programa televisivo y **la realización** que es lo mismo que la dirección en el cine. Los programas de televisión se realizan en un **estudio de grabación**.

Los formatos televisivos o géneros más habituales que podemos ver en nuestras cadenas de televisión son:

El documental: sus objetivos principales son informar, describir o denunciar

Programas de entretenimiento: basan sus contenidos en las emociones, el humor, el sentimiento... pueden ser concursos, galas, reality, musicales, programas infantiles, magazines, programas deportivos, etc.

La ficción: incluye las series o telefilmes rodados exclusivamente para el formato televisivo.

Los programas informativos: son los noticieros o telediarios, programas de debates, entrevistas...

El lenguaje televisivo parece reflejar la realidad y, de aquí, su gran poder para el gran público. Pero la realidad que muestra la televisión es una imagen diseñada por otros y, a veces, con intereses concretos. Es fácil confundir la información con la publicidad, por eso es útil disfrutar de la televisión con sentido crítico.

Actividad 1.

1. Clasifica las imágenes anteriores y explica que función desempeñan
2. Visita la página web del periódico "El Mundo" verás un gráfico en formato flash sobre la conquista del Polo Sur por Amundsen. Haz un pequeño resumen de lo que se cuenta en el reportaje http://www.elmundo.es/especiales/2011/12/ciencia/antartida/asi_fue.html
3. Averigua quienes son los propietarios de la cadenas de televisión más importantes de España. ¿Crees que influyen en los contenidos que vemos en sus cadenas?
4. ¿Por qué se llama a la televisión "la caja tonta"?

1.2. La imagen en la publicidad

La publicidad es un elemento esencial en nuestra sociedad. Desde la revolución industrial, las industrias fomentan las ventas de sus productos, incitan al consumo creando la necesidad, de adquirir productos a los consumidores. La imagen comunica de un modo inmediato, se asocia a recuerdos e ideas y sugiere emociones, despierta el deseo de consumir y de adquirir productos. La publicidad puede ser a través de imágenes fijas o de imágenes en movimiento (publicidad en cine, televisión, internet...) La función del publicista es dar a conocer un producto para eso utilizará imágenes impactantes que llamen la atención, bien por la calidad de las imágenes, bien por lo que sugieren.

A veces las imágenes representan muchas más cosas de las que aparecen en ellas. No sólo los objetos, sino también las personas, pueden adquirir **valores simbólicos** asociados a éxito personal, social, lujo, belleza..... El objetivo es la búsqueda de **marca** que hace posible diferenciar productos de un mismo género. Cuando se saca un producto al mercado se le dota

de grandes ventas y beneficios, explotados por los anuncios publicitarios, y lógicamente de un nombre propio para ser diferenciado en el mercado. A este nombre se le denomina marca. Esta marca tiene como objetivo que se anuncie un producto en específico, y no todo su género o competencia. La marca, según se vende y según su calidad, adquiere prestigio es lo que hace querer comprar una marca sobre otra. El éxito se alcanza cuando se produce el fenómeno de utilizar el nombre de una marca para todo un género de productos. Por ejemplo al papel de aluminio se le conoce por la marca” Albal.

El lenguaje de la imagen y el texto publicitario tienen unas características propias. La imagen y las letras deben llamar la atención e impactar. Las marcas tienen que tener una posición de fuerza y de reconocimiento para los ciudadanos, utilizan para ello el **eslogan** y el **logotipo** como valores asociados al producto. El **eslogan** debe formarse con frases sencillas, breves y de fácil memorización. El texto del anuncio debe ser reiterativo, utilizando imperativos, frases hechas y rimas fáciles. Debe tenerse en cuenta el medio en el que se publicará el anuncio; no es lo mismo una campaña para periódicos que para televisión o para vallas publicitarias. El **logotipo** es el icono diferenciador de la marca, se pretende conseguir un símbolo que se asocia inmediatamente con la marca. Se compone de letras o símbolos gráficos relacionados con la tipografía del nombre de la marca, con un sistema de colores y tipografía que de forma sencilla nos hagan recordar inmediatamente la marca.

Tres son las **funciones** primordiales de la publicidad:

1. **Función informativa**, el fin es dar a conocer un producto y para ello se utilizan texto, imágenes y eslóganes.
2. **Función persuasiva**, además de la función informativa, la publicidad, necesita persuadir y convencer de la compra del objeto anunciado.
3. **Función económica**, la publicidad es uno de los grandes motores de la economía porque vivimos en una sociedad de bienes de consumo y las empresas necesitan dar a conocer esos productos, por lo que emplean grandes inversiones en publicidad que acabamos pagando los consumidores al incrementar el valor de los productos.

La simbología en la publicidad se suele asociar a estereotipos del hombre y la mujer ideal referentes de la mayoría de los ciudadanos. La publicidad se ha aprovechado del valor comunicativo de los símbolos y los iconos. En muchas ocasiones, el símbolo es tan potente que pervive al uso de la marca, un ejemplo claro es el cartel del toro que existe en muchas carreteras, en un principio era el símbolo de una marca de coñac, hoy en día se utiliza como símbolo nacional. Otro aspecto importante de la publicidad es que nos vende un mundo ficticio de lujo, fiestas y fantasías, que son aspiración de importantes grupos sociales, y que nos invita al consumo de productos accesorios.



Imagen 5. Símbolo de una marca. [Wikipedia](#)



Imagen 6. Logotipo. [wikipedia](#)

Los símbolos usados en publicidad pueden ser **gráficos** (logotipos), **numéricos** (por ejemplo las ofertas que se señalan con el valor 10,99 € en lugar de 11 € para dar sensación de ser más baratos) o utilizando **colores** asociados a un estado de ánimo (por ejemplo el rojo simboliza la pasión o la acción, el blanco la pureza, o el azul la calma).

Actividad 2. La publicidad en los medios.

1. Selecciona un anuncio publicitario de un periódico o una revista. Analiza:
La función publicitaria. La simbología que emplea la imagen. El eslogan que utiliza. Los valores simbólicos que contiene.
2. Haz lo mismo con una anuncio publicitario de la TV
3. Selecciona algún producto típico de tu provincia. Haz su campaña publicitaria. Crea un eslogan y un logotipo. ¿Qué imágenes utilizarías? ¿Qué tipo de población pretendes que compren el producto? ¿En qué medios insertarías anuncios?

2. La imagen y el lenguaje audiovisual

El cine y el comic son considerados por muchas personas como obras de arte, otras los relacionan con el ocio y el espectáculo. En cualquier caso, aunque son actividades diferentes, utilizan un lenguaje común para narrar las historias o acontecimientos que nos cuentan. Nos fijaremos en el cine por tener mayor difusión que el comic.

2.1. El lenguaje cinematográfico

El **cine** es la abreviatura de **cinematografía**, es la técnica que consiste en proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento; la velocidad normal es de 24 imágenes o fotogramas por segundo. Con la palabra cine, también designamos la sala en la cual se proyectan las películas.

El elemento básico, más pequeño, para la toma de imágenes es **el fotograma o encuadre**, surge de la fotografía, y es la selección subjetiva que realiza el fotógrafo o el operador de la cámara de la realidad que enfoca. El resultado puede ser distinto según el ángulo, la distancia etc. en que se coloque la cámara.

2.1.1. El plano

El **plano** es la perspectiva de los personajes, objetos y elementos de las imágenes tal y como la capta la cámara desde un lugar y un ángulo determinados. El plano comienza cuando la cámara empieza a rodar y termina cuando la cámara se detiene.

En una **película** o en un **comic** podemos encontrar diferentes tipos de planos. Los más habituales son los siguientes:

Plano general: Tiene un valor descriptivo, narrativo o dramático, suelen aparecer los personajes dentro de un ambiente o un paisaje. Tomemos como ejemplo el famoso cuadro de



Fuente Wikipedia

“La rendición de Breda “ o “Las Lanzas” de Velázquez, que se puede ver en el Museo del Prado. En el cuadro, dentro de un paisaje próximo a la ciudad de Breda, observamos al general holandés, derrotado, entregando las llaves de la ciudad al general español, victorioso. Estos dos personajes son los protagonistas principales, encuadrados en el plano general del paisaje de Breda y las lanzas españolas.

Plano entero: Encuadra al personaje desde los pies a la cabeza. Tiene un valor narrativo.

Plano americano: también denominado plano medio largo. La figura aparece a partir de la rodilla. Suelen aparecer dos personajes hablando entre ellos. Este plano surgió en los western (películas del Oeste) para poder sacar a los “vaqueros” con sus revólveres.

Plano medio: presenta la figura humana de cintura para arriba. Tiene un valor expresivo y dramático.

Primer plano: aparece el busto del personaje, es decir, desde la clavícula hacia arriba, es el indicado para representar el rostro. Tiene valor dramático y expresivo.

Primerísimo primer plano o plano detalle: muestra una parte de la figura humana (un ojo, la boca) desde muy cerca. En ocasiones, se centra en un objeto clave para la narración del film. Por ejemplo, el cuchillo del asesino.

Plano secuencia: es una toma única. El director no rompe el plano y nos va mostrando poco a poco toda una serie de hechos. No suelen hacerse muy largos por la dificultad de rodaje que entrañan.

Plano panorámico: en él se muestra un gran escenario o una multitud. No hay personajes individualizados. Tiene una función descriptiva.



Imagen7: Panorámica del poblado del Oeste. Pedro Josa Gómez

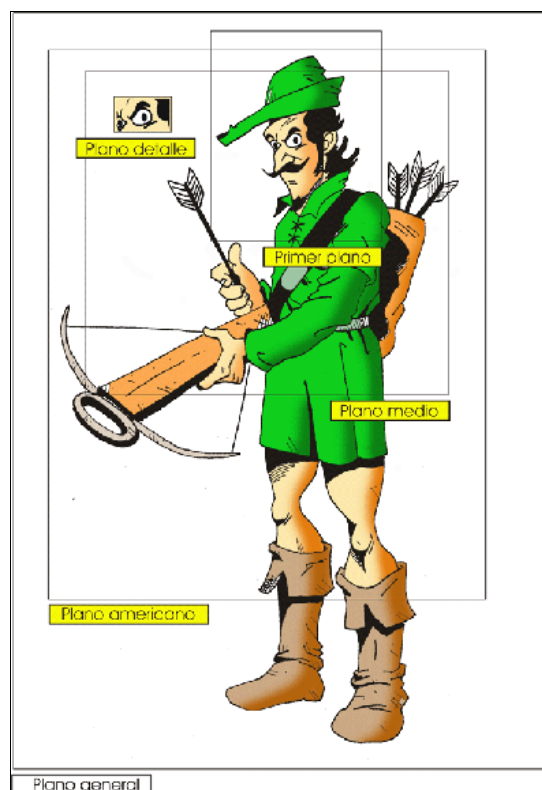


Imagen 8: Tipos de plano de un personaje. Ilustración Enrique Martínez-Salanova Sánchez

Según la **angulación de la cámara**, es decir la altura donde colocamos la cámara en relación al personaje u objeto que queremos grabar, podemos clasificar los planos en:

Normal: el ángulo de la cámara es paralelo al suelo.

Picado: la cámara se sitúa por encima del personaje o el objeto. Se le ve desde arriba, suele ser un tipo de plano muy expresivo.

Contrapicado: es el opuesto al anterior y también tiene un gran valor expresivo.

Nadir: La cámara se sitúa por debajo del personaje, en un ángulo perpendicular al suelo.

Cenital: La cámara se coloca por encima del personaje, en un ángulo perpendicular.

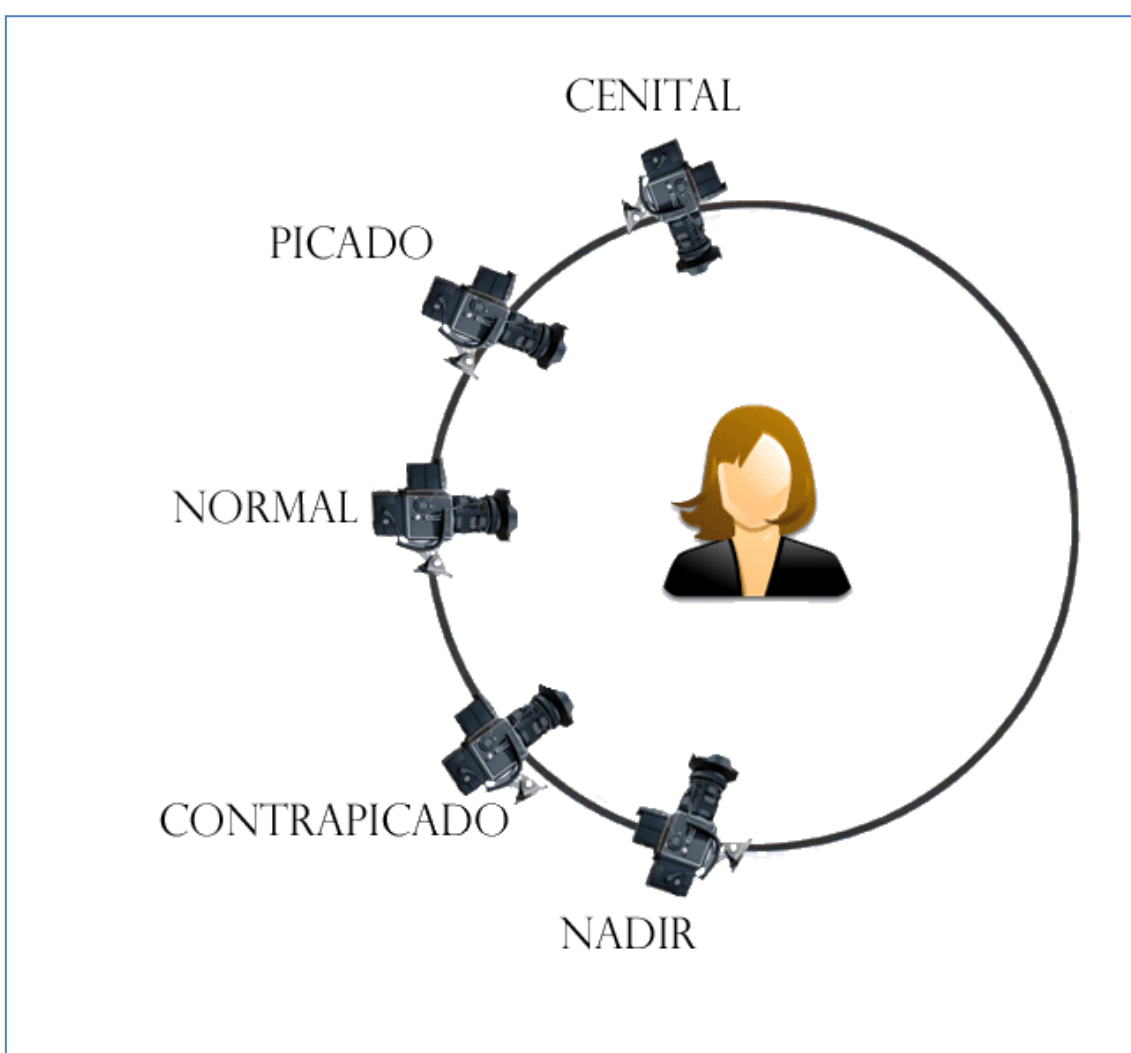


Imagen 9. Planos según la angulación. Fuente: [Wikipedia](#)

2.1.2. Los movimientos de la cámara

En los movimientos de la cámara podemos diferenciar los que son físicos o los que son ópticos.

Los movimientos físicos requieren un movimiento mecánico de la cámara, son de dos tipos:

Panorámica; consiste en mover la cámara sobre el eje vertical u horizontal. Tiene un gran valor descriptivo y narrativo. Se coloca la cámara sobre un trípode y gira alrededor de su eje. Puede ser un movimiento horizontal (de izquierda a derecha) o vertical (de arriba abajo).

Travelling; se desplaza la cámara sobre una grúa, unos raíles o por el movimiento de una persona. Tiene un gran valor expresivo y narrativo. El travelling puede realizarse acercando la cámara o alejándola. Puede moverse hacia arriba o abajo. Puede acompañar a un personaje que se desplaza lateralmente. Puede moverse en círculo alrededor de un personaje o un objeto.



Imagen 10. Travelling circular. [wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Travelling)

Los movimientos ópticos es un movimiento de zoom que se realiza con las cámaras que tienen objetivos de focos variables. Permite hacer que los objetos se acerquen o se alejen sin necesidad de desplazar la cámara.

Imagen 11. Objetivo de una cámara fotográfica. [Wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Objetivo_fotogr%C3%A1fico)



2.1.3. El montaje cinematográfico

El montaje es el proceso que se utiliza para ordenar los planos y secuencias de una película. Las secuencias no se ruedan en el orden en el que las vemos en sala de cine, sino que, por necesidades del rodaje, circunstancias de la producción, disponibilidad de los actores etc. se hacen sin orden cronológico. Cuando termina la fase de rodaje se pasa a la sala de montaje, donde se empalman las secuencias siguiendo el orden del guión, se seleccionan las mejores secuencias (es habitual rodar la misma secuencia más de una vez) o, a veces se suprimen algunas tomas que no han resultado tal y como el director quería. El trabajo se efectúa sobre una mesa de montaje con una moviola, aunque hoy en día es más habitual utilizar programas de montaje de ordenador. Estos programas son de uso profesional, pero también los hay sencillos para que cualquier aficionado pueda hacer sus videos, por ejemplo de las vacaciones.



Imagen 12. Sala de montaje. Fuente: [wikipedia](https://es.wikipedia.org)

2.2. El equipo técnico

En la realización de una película, además de los actores que vemos en la pantalla, intervienen un gran número de profesionales con unas funciones muy especializadas, algunos de ellos son:

El Productor; es el encargado de los aspectos organizativos y financieros de la película. Contrata al personal, aporta el dinero necesario para la producción...

El Director; es la persona que dirige la película, sigue el guión y le da las instrucciones a los actores y al personal técnico, toma las decisiones creativas, elige los planos, los movimientos de cámaras, supervisa los decorados, el montaje...

El guionista; se encarga de describir literariamente la película. Puede ser un guión original o basarse en otra obra literaria, en este caso se habla de guión adaptado. Dentro del guión se distingue el *guión cinematográfico* que describe la película y escribe los diálogos, y el *guión técnico* en el que se indica los aspectos técnicos de la película como los planos, los sonidos, la luz...

El director de fotografía, en función de las indicaciones del director, determina los aspectos visuales de la película (encuadres, iluminación, movimientos de cámara...)

El Director de montaje escoge y ordena los planos que se han rodado para la edición definitiva de la película. Suele hacerlo en estrecha colaboración con el director de la película.

Otros profesionales importantes en la producción de una película son los encargados de vestuarios, peluqueros, carpinteros, maquilladores, especialistas (dobles de los actores) músicos, encargados de efectos especiales...

Actividad 3

1. **Define: Plano, secuencia, montaje.**
2. **Busca una idea para hacer una película o un comic. Haz un resumen en cinco líneas.**
3. **Si tienes una cámara de fotos realiza una serie de fotografías utilizando los distintos planos que se citan, en el caso que no la tengas puedes dibujar un cómic utilizando planos diferentes.**
4. **Cita cinco directores de cine, de ellos escoge uno y haz una pequeña biografía con su filmografía.**
5. **Haz una crítica de la última película que has visto o del último cómic que hayas leído. Fíjate sobre todo en los aspectos técnicos que hemos estudiado.**
6. **Realiza la ficha técnica de una película. Ejemplo.**

El padrino (The godfather)

EEUU 1972. Duración 175 minutos

Director: Francis Ford Coppola

Producción: Paramount Pictures y Albert S. Ruddy

Guión: Francis Ford Coppola y Mario Puzo

Música: Nino Rota

Fotografía: Gordon Willis

Montaje: William Reynolds

Reparto: Marlon Brando (*Don Vito Corleone*), Al Pacino (*Michael Corleone*), James Caan (*Sonny Corleone*), Richard Castellano (*Peter Clemenza*), Robert Duvall (*Tom Hagen*), Diane Keaton (*Kay Adams*), Talia Shire (*Connie Corleone Rizzi*)

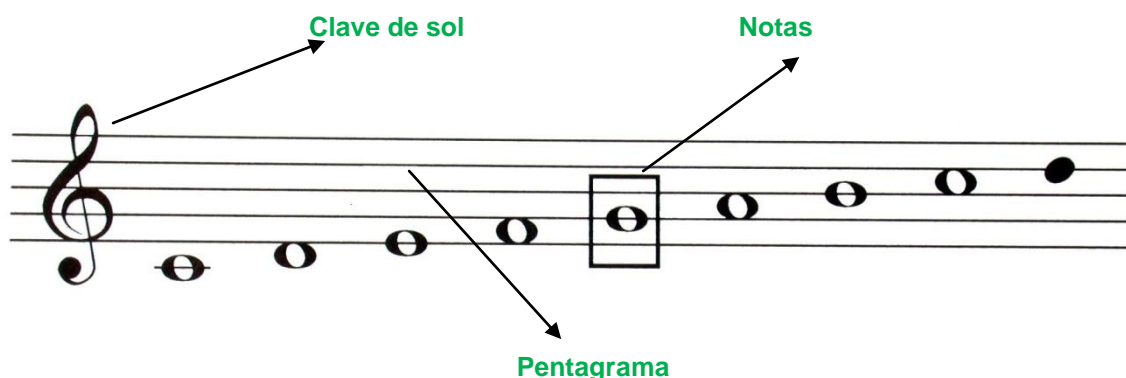
3. La música culta

¿Qué lenguaje utiliza la música? ¿A qué llamamos música culta?

3.1. El lenguaje musical

La música, según la definición de la Real Academia, es el arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o ambas a la vez, de tal forma que produzcan deleite. También la podemos definir como, la combinación del **ritmo**, la **melodía** y la **armonía**. La música ha acompañado al hombre a lo largo de toda su historia, y ha ido evolucionando con él. Desde que se inventó la escritura musical podemos reproducir con exactitud las melodías que existieron hace cientos de años.

La notación musical se escribe sobre el **pentagrama**, que es un conjunto de cinco líneas horizontales y paralelas entre sí y los cuatro espacios que las separan. El primer símbolo que vemos en el pentagrama es la **clave**, que indicará el nombre de la nota representada en cada línea y en cada espacio del pentagrama. A continuación se colocan las notas, en las líneas y espacios del pentagrama, según sean su duración, altura o expresión. El conjunto formado por el pentagrama y los demás símbolos musicales, representando una pieza musical se llama **partitura**.



Las notas tienen una duración según el compás y el tempo utilizado. Esto significa que la misma nota puede ser ejecutada con una duración diferente en diferentes piezas o incluso dentro de la misma canción, si hay un cambio de ritmo.



La música, además de la voz humana, la interpretamos con instrumentos. Los instrumentos musicales los podemos clasificar, atendiendo al **lugar que ocupan en la orquesta**, en tres familias: **Cuerda** (frotada, percutida y pulsada), **Viento** (madera, metal) y **percusión** (determinada o indeterminada).



Imagen 13. Instrumentos de la orquesta. [wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Instrumentos_de_la_orquesta)

Si clasificamos los instrumentos teniendo en cuenta el material que vibra para producir el sonido tendremos cinco grupos:

Aerófonos: vibra una columna de aire. (Saxofón, trompeta, flauta...)

Cordófonos: vibran las cuerdas (violín, guitarra española, viola, piano...)

Membranófonos: vibra una membrana que se tensa (Timbales, bombo, pandereta...)

Idiófonos: vibra todo el instrumento (Xilófono, triángulo, castañuelas, claves...)

Electrófonos: El instrumento suena al recibir impulsos eléctricos (guitarra eléctrica, bajo, sintetizador...)

3.2. Principales movimientos y estilos

La historia de la música es el estudio de las diferentes tradiciones musicales y su evolución en el tiempo. La música ha estado presente en todas las culturas, sociedades y épocas. Habitualmente, estudiamos la historia de la música europea, aunque, como es lógico, las manifestaciones musicales existen en otras culturas alejadas de la nuestra. La música nace con el ser humano y ha estado presente a lo largo de su evolución. El hombre primitivo encontraba música en la naturaleza y en su propia voz. También aprendió a valerse de rudimentarios objetos (huesos, cañas, troncos, conchas...) para producir sonidos. En la edad antigua ya se contaban con instrumentos de percusión y cuerda. Desde la Edad Media hasta la actualidad la música ha evolucionado dando lugar a una extensa historia, como en cualquier otra manifestación artística. Te presentamos en el siguiente eje cronológico, a modo de resumen, algunos de los autores y las características más importantes de cada estilo o periodo.

CRONOLOGÍA	CARACTERÍSTICAS	GÉNEROS	COMPOSITORES
Edad media (V al XV)	Vocal. Monodia e inicio de la polifonía.	Religioso: Canto gregoriano. Profano: Canciones populares y Cantigas.	Anónimos. Trovadores y clérigos. "Cantigas" de Alfonso X el sabio.
Renacimiento (XV-XVII)	Desarrollo de la polifonía.	Religioso: Motete Profano: Opera Instrumental	Palestrina. Tomas Victoria. Cristobal de Morales.
Barroco (1600-1750)	Surge la tonalidad. Efectos dramáticos y de contrastes en los movimientos. Los instrumentos adquieren protagonismo. Las orquestas tienen todas las familias de instrumentos	Religioso: misa, oratorio, cantata. Profano: opera. Instrumental: concierto, sonata, suite	Bach Vivaldi Monteverdi Haendel
Clasicismo (1750-1800)	Equilibrio y proporción. Virtuosismo. Protagonismo instrumental. La orquesta gana en importancia.	Religioso: Misa y oratorio. Profano: Opera. Instrumental: Concierto, Sinfonía, tríos, cuartetos y quintetos.	Haydn Beethoven Mozart Antonio Soler
Romanticismo (1800-1900)	Melodías asimétricas Poemas sinfónicos Instrumentos solistas son el piano y violín Cambios de ánimo y tempo. Surge el <i>divismo</i> Nacionalismo musical	Instrumental. Sinfonías, nocturnos, baladas, estudios, conciertos... Vocal: opera, lied, zarzuela,	Shubert, Mendelsshon Beethoven Berlioz, Chopin, Liszt, Mahler, Bizet, Verdi, Rossini Albeniz, Granados
Impresionismo (1870-1920)	Melodía difuminadas Impresiones sonoras Individualización de los instrumentos	Poemas orquestales Operas	Debussy, Ravel Albeniz, Falla, Turina
Siglo XX	Época de los "ismos" (neoclasicismos, nacionalismo, futurismo, dadaísmo...) Atonalidad Uso de la electrónica		Debussy, Schonberg, Stravinsky Tchikovsky, Dvorak, Granados

Actividad 4

1. Define los siguientes conceptos: Ritmo, melodía, armonía.
2. ¿Cuáles son las notas musicales?
3. Clasifica los siguientes instrumentos según su posición en la orquesta y el material que vibra.



Fuente: <http://es.wikipedia.org>

4. Escoge dos de los compositores citados en el cuadro y realiza una pequeña biografía.

4. La música popular

¿Qué es el folclore? ¿Es lo mismo música popular y música pop? ¿Existen muchos estilos diferentes de música pop o rock?

4.1. El folclore

La música popular, en contraposición de la música culta, es la que se transmite de generación en generación como una parte más de los valores culturales de un pueblo y que hace referencia a las costumbres y valores de un pueblo. También, recibe el nombre de folclore o música tradicional. Esta música conserva las características más primitivas de la música. El ser humano la utiliza para comunicarse, para celebrar acontecimientos festivos o surge relacionada con actividades, trabajos y labores típicas de los campesinos (canciones de vendimia, de siega, villancicos, bailes y danzas festivas...).



Imagen 14: danzas tradicionales. Fuente: [wikipedia](https://es.wikipedia.org)

La música tradicional tiene un marcado carácter étnico lo que hace muy difícil comprenderla en lugares alejados de donde se produce. Hay excepciones, como pueden ser el flamenco, la samba o la cumbia, que se oyen en todos los lugares.

La **música folclórica en España** es tan variada como lo son sus regiones. Sin embargo, hay una serie de ritmos extendidos por toda la península que, con el tiempo, o bien variaron haciéndose distintos en cada región, como es el caso de la jota, que mucha gente cree particular de Aragón, siendo una danza que se interpreta en casi toda la península. La mayor parte de esta música arranca en el siglo XIX, aunque hay algunas manifestaciones más antiguas, de origen medieval. En los últimos años, la preocupación por conservar las tradiciones rurales, ha hecho que mucha gente estudie la música y la danza tradicional. Han aparecido muchos grupos de danzas y coros que tratan de recuperar este tipo de música, respetando tal y como eran o adaptándola a los gustos más actuales.

4.2. La música popular

Con el nombre de música popular nos referimos a los géneros musicales distribuidos por la industria de la música a todos los públicos. Es una música creada para el consumo de masas. Cada generación de jóvenes desde mediados del siglo XX adapta la música a sus gustos o viceversa. Se reproduce en los medios de comunicación, en conciertos o bares y discotecas. Se ha popularizado la denominación de **música pop**.

Las características de la música pop se suelen identificar con canciones sencillas de ritmos marcados que pretenden llegar al mayor número de personas posibles. El principal elemento de la música pop es la canción con una estructura tradicional y simple. El ritmo y las melodías tienden a ser sencillos, con un acompañamiento armónico limitado. Las letras de las canciones se centran típicamente en temas simples, a menudo el amor y las relaciones románticas, aunque hay también notables excepciones. Los instrumentos musicales más comunes son la guitarra eléctrica, el bajo eléctrico, la batería y los teclados, en algunos géneros aparecían instrumentos de viento metal más adelante, se añadirían los sintetizadores.

Los orígenes de la música pop estarían en la popularización del **Jazz** y otros ritmos de la música negra. Al comercializarse iría evolucionando hasta llegar al nacimiento del Rock and Roll, entre los años 50 y 60 alcanza un gran apogeo con cantantes como **Elvis Presley** o **Chuck Berry**. A partir de la década de los sesenta, con la irrupción en Inglaterra de los **Beatles** y los **Rolling Stones**, se extendió por todo el mundo convirtiéndose en un fenómeno de masas. A partir de los años setenta y hasta nuestros días son innumerables las corrientes musicales, estilos, géneros y subgéneros que conviven en el rock y la música pop (puedes seguir estos enlaces de géneros del [rock](#)¹ y [pop](#)²). Los movimientos más conocidos son el jazz, blues, rock and roll, pop, poprock, power pop, country, música folk, cantautores, hippy, yeyé, tecno pop, punk, hard core, indie pop, rock alternativo, gótico, rock electrónico. En España, además de seguir las corrientes internacionales, tenemos algún movimiento autóctonos como el flamenco rock o el flamenco fusión.

Actividad 5

1. **Averigua si en tu localidad existe alguna danza tradicional. ¿En qué época se baila y por qué motivo? ¿Qué instrumentos musicales se utilizan?**
2. **Transcribe la letra de alguna canción popular y tradicional que conozcas.**
3. **Escoge el tipo de música pop que te guste y haz un pequeño informe de sus características y sus intérpretes.**

¹ Rock. http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Grupos_de_rock_por_g%C3%A9nero

² Pop. http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:G%C3%A9neros_de_m%C3%BAsica_pop

4.3. La música en el cine y la televisión

La **música** estuvo presente desde los inicios **del cine**. Un pianista en directo acompañaba la proyección de las películas mudas, se interpretaban músicas populares o piezas clásicas. A comienzos del siglo XX aparecen algunas partituras pensadas como fondo para la película. A partir de la década de los treinta, los grandes estudios contratan compositores en exclusiva. En 1933, para la película “King-Kong”, **Max Steiner** compone una partitura musical que se relaciona directamente con las imágenes, subrayando la acción, aumentando el suspense... A partir de los años cincuenta la música de las películas comenzó a comercializarse, a venderse



discos con la banda sonora original. Se escribían temas vendibles, melodías y canciones que pudieran venderse en un disco. Fue todo *un boom* la canción “Moon River” de la película “Desayuno con diamantes”, compuesta por **Henry Mancini**, que vendió más de un millón de copias. Compositores reconocidos por sus obras para el cine son **Elmer Bernstein, Ennio Morricone, Jhon Williams....** Hoy en día no puede entenderse una película sin su banda sonora, aunque también existen directores que no quieren música en sus películas. A veces, se componen canciones exclusivamente para ser comercializadas independientemente de la película.

Imagen 15: Cartel de “el cantor de jazz”. Fuente: wikipedia

Se rodaron películas en las que la música y el baile eran el motivo principal; son los musicales. El primer musical fue “**el cantor de Jazz**” (1927), que también fue la primera película sonora, cosechó un gran éxito de público y le siguieron en las décadas siguientes multitud de películas musicales. Intérpretes como Fred Astaire, Ginger Rogers o Gene Kelly se convirtieron en grandes estrellas. El género entró en decadencia en la década de los setenta y los ochenta, para recuperarse a finales de siglo, de tal manera que han traspasado las pantallas para estrenarse en grandes teatros.

La **música** siempre ha formado parte de los programas de **televisión** pero, hasta fechas recientes, no se le prestó la atención necesaria a la fabricación de televisores con buenos sistemas de sonido. Surgió el *playback* que consistía en pregrabar la música mientras que los cantantes y músicos simulaban la interpretación.

Podemos distinguir tres tipos de programas musicales:

- ✓ **Los programas musicalizados.** Todos los programas suelen contar con *cortinas musicales* para el comienzo, el final del programa y para separar las distintas secciones del programa.

- ✓ **Programas con actuaciones en directo**, aunque no son programas musicales propiamente dichos, cuentan con actuaciones de cantantes, grupos o bandas en directo.
- ✓ **Programas musicales**. Son los programas de música, propiamente dichos. El tema central del programa es la música en directo o en playback. Se retransmiten conciertos al aire libre o en el plató. Pueden ser programas donde hay actuaciones en directo o a través de videoclips. Actualmente se han buscado nuevas fórmulas de gran éxito de público, donde se mezclan los realitys con el concurso musical.

Hoy en día existen canales de televisión de contenidos exclusivamente musicales, muestra de la fuerte relación entre televisión, como escaparate publicitario, y las discográficas, que utilizan la televisión para dar a conocer y publicitar sus productos.



Imagen 16: cantantes en un plató de televisión. Fuente [wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Jackson_5)

5. El patrimonio artístico y su conservación

La expresión **patrimonio artístico o patrimonio cultural** se emplea para designar a la **herencia cultural propia del pasado de una comunidad**. Este patrimonio puede estar constituido por bienes muebles o inmuebles (monumentos arquitectónicos, escultóricos, pictóricos, yacimientos arqueológicos, manuscritos, archivos, bibliotecas, partituras, música y danza popular, valores etnológicos...), conjuntos urbanos, parajes pintorescos, jardines, parques... El patrimonio puede ser de titularidad pública o privada.

Para llevar a cabo la protección del patrimonio es necesario conocer las características culturales, artísticas o históricas del bien a proteger.. Para ello se realiza un inventario que tiene como misión identificar y localizar el objeto para su protección y difusión. **La ley del Patrimonio Histórico Español** (1985) establece cuatro instrumentos diferentes de protección (Registro, inventario, censo y catálogo de los bienes). Es creciente la preocupación por preservar el patrimonio de daños o pérdidas. Conservarlo para que dure es tarea de todos los ciudadanos.

El patrimonio es el reflejo de nuestra riqueza cultural e histórica. Hasta el último tercio del Siglo XX, bien por descuido, bien por ignorancia, se perdieron muchas de las obras de arte que existían en algunos rincones de España. Algunas obras están deterioradas por el paso del tiempo y necesitan ser **restauradas** para su mejor conservación. El trabajo de restauración emplea técnicas y métodos específicos para cada obra. Podemos restaurar obras arquitectónicas, escultóricas o pictóricas. También es posible restaurar libros o manuscritos antiguos y recuperar piezas musicales, trajes típicos regionales o cualquier otra manifestación antropológica.

La **UNESCO** promueve por todo el mundo la idea de protección y conservación del patrimonio cultural, e insta a los países a que cuiden y pongan en valor su riqueza cultural. Un bien patrimonio mundial se distingue por su valor universal excepcional. La UNESCO pone en práctica la declaración de **Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad** para ayudar a proteger y promocionar los bienes que afectan a toda la humanidad. Se consideran patrimonio cultural de la humanidad: los monumentos, conjuntos constructivos, lugares que tengan valor universal desde el punto de vista histórico, estético o etnológico.

Actividad 6.

1. **Define patrimonio con tus palabras y explica la conveniencia de proteger, conservar y restaurar el patrimonio**
2. **Consulta y redacta la lista de bienes declarados por la UNESCO patrimonio cultural de la humanidad en Castilla y León. Consulta la página www.turismocastillayleon.com. Redacta un informe de uno de los lugares reconocidos en Castilla y León. ¿Conoces algún lugar Patrimonio de la humanidad fuera de Castilla y León?**
3. **Crees que hay algún bien en tu localidad que no esté en la lista de la UNESCO y merezca estar. Explica los motivos.**

6. Glosario

Busca en el texto y define:

Imagen.

Cómic.

Reportero gráfico.

Marca.

Logotipo.

Eslogan.

Iconografía.

Fotograma.

Plano.

Ritmo.

Melodía.

Armonía.

Pentagrama.

Clave.

Pop.

Rock.

Partitura.

Patrimonio.

Restauración

7. Ejercicios de evaluación

Ejercicio 1

Realiza este test para comprobar lo que has aprendido.

A. Las funciones más importantes de la imagen en los medios de comunicación son:

1. Informativa, documental, simbólica, ilustrativa y humorística.
2. Fotografías, dibujos y vídeos.
3. Informativa y documental.
4. Todas aquellas que sirven para comunicar algo.

B. La imagen como parte de un proceso de comunicación necesita:

1. Lenguaje visual.
2. Canal de comunicación.
3. Emisor, receptor y canal de comunicación.
4. Emisor, receptor y lenguaje visual.

C. El medio de comunicación más influyente de hoy en día es:

1. La prensa escrita.
2. La televisión.
3. Las revistas del corazón y la televisión.
4. Sin ninguna duda, el cine.

D. ¿Qué es un logotipo?

1. Una marca diferenciadora de un producto.
2. Una frase fácil de memorizar por los consumidores.
3. Un icono diferenciador de la marca.
4. Un plano secuencia muy utilizado en publicidad.

E. ¿Qué es la angulación de la cámara?

1. Altura a la que se coloca la cámara en relación al personaje.
2. Zoom óptico de la cámara de fotos.
3. Movimiento de la cámara a través de una vía.
4. Colocación específica de la cámara para los planos panorámicos.

F. Dentro del equipo técnico de una película podemos encontrar:

1. Actores.
2. Actor principal, y secundario.
3. Director, guionista y productor.
4. Espectadores y críticos de cine.

G. Un saxofón es un instrumento:

1. Idiófono.
2. Membranófono.
3. Cordófono
4. Aerófono.

H. Isaac Albéniz es un compositor que podemos encuadrar dentro del...

1. Clasicismo.
2. Impresionismo.
3. Romanticismo
4. Expresionismo

I. El primer musical de la historia del cine fue:

1. Cantando bajo la lluvia.
2. Los miserables.
3. El cantor de Jazz.
4. Melodías de Broadway.

J. La Ley de Patrimonio histórico español se aprobó en

1. 1978
2. 1999
3. 1990
4. 1985

8. Soluciones a los ejercicios de autocomprobación.

Ejercicio 1

A1, B3, C2, D3, E1, F3, G4, H2, I3, J4

9. Bibliografía recomendada.

VILCHES, Lorenzo (1984). La lectura de la imagen. Prensa, Cine, Televisión. Barcelona. Paidós.

AUMONT, Jacques.(1995): Historia general del cine. Editorial Cátedra. Madrid

GUBERN, Román (1993): Historia del cine. Editorial Lumen. Barcelona

<http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/index.html>

<http://www.cinehistoria.com>

<http://recursos.cnice.mec.es/media>

<http://www.juntadeandalucia.es/educacion/webportal/web/educacion-permanente/recursos/recursos-didacticos>