

A MÚSICA FUNCIONAL

A MÚSICA FUNCIONAL componse ou emprégase cunha finalidade determinada.

Tipos de música funcional:

1. **MARCHAS:** Poden acompañar unha cerimonia e marcan o ritmo da marcha, de aí o seu nome (marcha nupcial, marcha militar, marcha fúnebre...)
2. **HIMNOS:** Representan un símbolo de identidade dunha comunidade, un club, un pobo, un acontecemento social... (himnos, nacionais, deportivos, universitarios, escolares...)
3. **SINTONÍAS:** A base sonora de programas na radio, TV ou videoxogos (sintonía de OT, La Voz, The Simpsons, Cadena 100...). Serven para identificar o programa e adoitan representar o carácter do programa (alegre e festivo, misterioso, xuvenil, dramático, cómico, etc).
4. **MÚSICA AMBIENTE:** Fai máis agradable a estancia nun lugar determinado (aeroporto, sala de espera, tren, centro comercial, consulta médica ...)
5. **BANDAS SONORAS:** Con funcións expresivas e narrativas diversas, tanto no cine coma nos videoxogos, apoia a acción, facilita a comprensión, proporciona ambientación sonora e inflúe nas emocións do espectador/xogador. A música das bandas sonoras pode ter as seguintes funcións:
 - a. **FUNCIÓNS EXPRESIVAS**
 - i. Espertar emocións de todo tipo
 - ii. Aportar ritmo
 - iii. Contribuír a crear suspense ou tensión
 - b. **FUNCIÓNS NARRATIVAS**
 - i. Ambientar nunha época ou nun lugar
 - ii. Caracterizar personaxes
 - iii. Estructurar a película
6. **MÚSICA NA PUBLICIDADE:** Axudar a vender un produto.

A MÚSICA NA PUBLICIDADE

A súa finalidade é incrementar as vendas dun produto e/ou chamar a atención do espectador sobre unha campaña (anti-drogas, alcohol, violencia de xénero, axuda humanitaria, respecto polo medio ambiente, etc...).

Funcións da música na publicidade:

A súa función principal na publicidade é crear un ambiente sonoro relacionado co produto anunciado e co perfil do receptor da mensaxe publicitaria.

Así mesmo tamén pode:

- Reforzar os contidos do anuncio (Million)
- Axudar á memorización da mensaxe publicitaria (jingle Helmanns).
- Apoiar a estrutura do anuncio, servindo de fondo de unión e destacando elementos importantes. (Nestea)
- Chamar a atención do consumidor (Twix)
- Facilitar a discriminación do público ao que vai dirixido o anuncio.

TIPOS DE MÚSICA NA PUBLICIDADE

1. **Preexistente:** (unha peza musical que xa existe, non é creada para o anuncio pero que pode aparecer en diferentes formatos

- **Versión orixinal:** Para poder empregala é preciso comprar os dereitos ao seu autor e á discográfica. Moitas veces é o xeito de dar a coñecer a grupos novos polo que non adoitan por moitas trabas para que se empregue a súa música. (Estrella Damm 2009- Billie de Vision)
- **Adaptación** (a letra ou parte da música adáptase á mensaxe publicitaria). É preciso pagar os dereitos ao seu autor. (Lotería primitiva-Status Quo)
- **Cover** (unha versión de outro/a artista). Páganse dereitos ao autor pero non á discográfica.
- **Música de librería** (pezas de música libre de dereitos, dispoñibles para calquera uso. Tanto poden ser pezas de música clásica cuxos dereitos xa expiraron coma pezas de nova creación con licencia Creative Commons).
-

2. **Orixinal:** (componse especificamente para ese anuncio)

- **Jingle** (a letra contén a mensaxe publicitaria, Nocilla, ColaCao, Gadis...)
- **Canción orixinal:** Canción escrita para o anuncio pero cuxa letra non ten por que conter ningunha mensaxe relacionada co produto (Ikea).
- **Música xenérica:** Coma un *jingle* pero sen letra. Acaba representando a identidade sonora da marca ou produto: Nescafé, Lotería de Nadal...
- **Banda sonora:** ao estilo da música de cine, apoia as imaxes pero non ten tanto protagonismo coma nos outros tipos. Non busca que o público recorde a melodía.